



**DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

**VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PRENSA POPULAR, DESDE LA  
PERSPECTIVA DE DOMINACIÓN DE BOURDIEU. CASO PERIÓDICO AL DIA  
DE BARRANQUILLA.**

**IVÁN DARÍO DUVA RUIZ**

**BARRANQUILLA**

**2016**

**VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PRENSA POPULAR, DESDE LA  
PERSPECTIVA DE DOMINACIÓN DE BOURDIEU. CASO PERIÓDICO AL DIA  
DE BARRANQUILLA.**

**IVÁN DARÍO DUVA RUIZ**

**Trabajo de grado como requisito para optar al título de Magíster en Comunicación**

**ALBERTO MARTINEZ MONTERROSA**

**DIRECTOR**

**UNIVERSIDAD DEL NORTE**

**BARRANQUILLA**

**2016**

*A mi inspiración.*

*A Dios porque nunca me dejó solo en este caminar.*

*A mi familia por su compañía.*

*A mis amigos que estuvieron a mi lado.*

*A Marllys Janeth Herazo Narváez, gracias por tanto amor, paciencia y dedicación.*

## **AGRADECIMIENTOS**

En esta oportunidad agradezco infinitamente a Dios por ser la fuerza y la voluntad para cursar esta Maestría en Comunicación. Fue un reto lleno de sacrificios y muchas bendiciones.

Extiendo un agradecimiento especial a la Universidad del Norte por su apoyo durante estos años de estudio. Gracias a la Dra. Pamela Flores por su disposición para acompañar este proceso, su perseverancia fue clave para sacar adelante esta tesis de maestría.

A mi director de tesis, el Dr. Alberto Martínez Monterrosa, por la disposición y la motivación para continuar aprendiendo cada día. Su experiencia académica y profesional ha sido vital para esta labor.

Agradezco a mis padres y hermanos por su compañía y confianza para llegar a buen término este viaje, su paciencia será recompensada. A Marlys por esta prueba de amor, de paciencia, dedicación y por las largas horas que acompañaste este proyecto para que fuera una realidad.

A la Doctora Haydeé y Vanessa por creer en mí y nunca desfallecer para terminar esta investigación. A los Magísters Carlos Ardila, Fabián Sánchez y Eugenio Barrios por sus consejos y disposición en esta ardua tarea. A la familia Herazo Narváez por su apoyo. A los amigos de Descubrámonos por la compañía y sus frases de aliento, gracias por estar allí brindando su energía y calidez humana para impulsar este proyecto.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
2. OBJETIVOS	18
3. JUSTIFICACIÓN	19
4. ESTADO DEL ARTE	21
5. REFERENTES CONCEPTUALES	27
5.1. La Prensa seria como <i>mass media</i>	27
5.2. La prensa popular	33
5.3. La lucha de la mujer por sus derechos	42
5.4. Dominación masculina	48
5.5. Componentes del discurso sobre la mujer en la prensa popular	58
5.6. El erotismo	64
6. METODOLOGÍA	68
6.1. Enfoque	68
6.2. Técnica	68
6.3. Procedimiento	69
6.4. Población	71
6.5. Muestra	71
7. RESULTADOS	73
7.1. Categoría Verbalización	73
7.1.1. Sub categoría Verbo dominante	73
7.1.1.1. Verbos transitivos	75
7.1.1.2. Verbos intransitivos	81
7.1.1.3. Verbos pronominales	83
7.1.2. Sub Categoría Tiempo	84
7.1.3. Sub Categoría Modo	86
7.1.3.1. Modo Indicativo	86
7.1.3.2. Modo Imperativo	88
7.1.3.3. Modo Subjuntivo	89

7.1.3.4. Modo Condicional	90
7.1.4. Sub categoría Uso del Sustantivo	90
7.1.5. Sub categoría acción sugerida	95
7.1.6. Sub categoría Uso metafórico	97
7.1.7. Sub categoría Direccionamiento del mensaje	102
7.2. Categoría Lenguaje Corporal	102
7.2.1. Subcategoría Símbolo kinésico de pureza/impureza	103
7.2.2 Sub categoría Exposición del cuerpo (desnuda, semidesnuda, vestida)	104
7.2.3. Sub categoría Objeto en mano	104
7.2.4. Sub categoría símbolo oculésico (mira directamente, mira de reojo, no mira)	105
7.3. Categoría Ubicación espacial	106
7.3.1. Sub categoría Interior/exterior	106
7.3.2. Sub categoría Ubicación	107
7.4. Categoría Estética Corporal	108
7.4.1. Sub categoría Tez	108
7.4.2. Sub categoría Cabello	108
7.4.3. Sub categoría Ropa interior	108
7.4.4. Sub categoría Color	109
7.4.5 Sub categoría Forma corpórea (voluptuosa/ligera)	109
8. DISCUSIÓN	110
9. CONCLUSIONES	114
10. BIBLIOGRAFÍA	116
11. ANEXOS	124

## INTRODUCCIÓN

La instrumentalización de la mujer como objeto sexual es un fenómeno aceptado como natural por la sociedad. Los medios de comunicación, en todas sus formas, se encargan de masificar esta tarea, de tal suerte que el valor de la mujer está supeditado a las categorías de belleza que impone la sociedad, cuyo eje central es el hombre. La realidad social está permeada por el código de que el hombre tiene el rol dominante y la mujer tiene un rol sumiso frente a este, a pesar de todos los avances que han existido en materia de reivindicación de los derechos femeninos.

Una de las formas en que se evidencia este fenómeno en la prensa popular es con la publicación de imágenes de mujeres desnudas y semidesnudas, acompañadas de frases erotizadas. Estas prácticas que resultan atractivas para el público masculino y favorable para el periódico desde el punto de vista económico, pueden considerarse como una herramienta para la prolongación de la creencia que el hombre tiene toda la potestad para dominar a la mujer en todos los ámbitos, aún en contra de su voluntad, masificando de forma silenciosa los niveles de violencia en contra de la mujer.

Con este trabajo de investigación se pretende establecer los niveles de violencia simbólica que estaría ejerciendo el lenguaje erotizado contra la mujer en las imágenes que publicó en sus páginas centrales, el periódico popular Al Día de la ciudad de Barranquilla, durante el año 2015.

Para ello, se procederá en primer lugar a identificar cuáles son los valores que hacen noticia la publicación de este tipo de imágenes en la prensa popular, para luego determinar si en el discurso utilizado por este periódico de gran aceptación en la ciudad, se encuentran elementos que refuercen la violencia contra la mujer, de manera simbólica.



## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El feminismo es un movimiento socio-político que busca la reivindicación de los derechos de las mujeres. Su primera gran conquista fue el derecho al voto de las mujeres, extendiendo su alcance por toda Europa, Australia, Nueva Zelanda y los Estados Unidos. Este enfoque político del movimiento se evidenció con la aparición de organizaciones feministas, tales como la National Female Antislavery Association en 1837 y la Female Labor Reform Association en 1845, dirigida por Sarah Bagley, quien se encargó de organizar en 1848 la Convención de Seneca Falls en Nueva York.

En el siglo XX, especialmente en la década de los años 60, el feminismo adopta su carácter de movimiento social, cuestionando temas como la división sexual del trabajo y el trabajo doméstico, las ideas impuestas sobre la sexualidad de la mujer entre otros. Sus grandes conquistas quedaron consignadas, a nivel de tratados internacionales, en las cuatro Conferencias de las Naciones Unidas sobre la mujer y la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1979) entre otras.

A pesar de la ideología de libertad e igualdad de la Revolución Francesa, adoptada por los países latinoamericanos en su movimiento independentista, en Colombia, la condición civil y jurídica de la mujer era de total dependencia del marido o del padre. El punto de partida del movimiento feminista en Colombia se encuentra en el IV Congreso Internacional Femenino celebrado en 1930, con el apoyo del presidente Olaya Herrera e impulsado por Georgina Fletcher (Uribe, 1963); en este evento se hizo un llamado a las mujeres a tomar conciencia de su necesidad de emancipación y del proyecto de

capitulaciones matrimoniales. Un año después, en 1933 con el Decreto 1972 se le permitió a la mujer acceder a las universidades públicas.

En el año de 1936 gracias a una reforma de la Constitución Política se le reconoció a la mujer el derecho a acceder a cargos públicos, en 1945 se le reconoció la calidad de ciudadana y en 1957, mediante el Acto Legislativo No. 3 que reformó la Constitución Política de 1886, el sufragismo logró la conquista del derecho al voto (Luna, 2004). Dentro de las conquistas del movimiento feminista en Colombia también se destacan la igualdad de derechos entre mujeres y hombres, consagrada por el Decreto 2820 de 1974 y la protección especial a la maternidad establecida por Ley 50 de 1990.

La Constitución Política de 1991 elevó a rango constitucional la protección especial a la mujer y la consagró en el artículo 43, ubicado en el capítulo de derechos económicos, sociales y culturales. Las leyes 882 de 2004 (penalización delito violencia intrafamiliar), 823 de 2006 (igualdad de oportunidades para las mujeres), 1257 de 2008 (sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra mujeres) y 1761 de 2015 (tipificación del feminicidio) son ejemplos de normas que buscan hacer efectiva esta protección. En todo este proceso de expansión del feminismo los medios de comunicación realizaron un aporte esencial.

Los medios de comunicación de masas o *mass media* constituyen una herramienta indispensable en la estructura de la sociedad actual, en la medida que posibilita el rápido acceso de los ciudadanos a la información.

Lasswel (1948), al analizar su funcionalidad, les atribuyó tres misiones clásicas: La vigilancia que se refiere a la recolección y procesamiento de la información; la correlación, que se remite al suministro de explicaciones e interpretaciones para ayudar a los ciudadanos a comprender el significado de lo que se ha informado y difundir la información, y finalmente la transmisión de la cultura, que se relaciona con la continuidad en la difusión de la información sobre la sociedad misma, su historia como unidad social, sus errores, sus aciertos, sus normas y valores:

Los medios también actúan como centinelas cuando buscan detectar señales de peligro (desastres naturales, crímenes en las calles, crisis económicas, guerras inminentes, entre tantas otras). Así, junto a la función de vigilancia social, los medios tienen la obligación de ejercer la vigilancia doméstica proporcionando información acerca de la vida diaria. A estos dos tipos de vigilancia se debe agregar la vigilancia política, esto es, el control de los poderes públicos y gubernamentales (Laswell, 1948).

Para Luhmann (2007), por su parte, los *mass media* encaminan su quehacer hacia lo insólito y lo espectacular, mostrando un espejo de la realidad basado en la anormalidad como gran categoría para la construcción noticiosa. Lo novedoso, lo morboso, lo que está fuera de la común, es lo que viene a ser noticia pero no por una intención manifiesta de los reporteros sino por las condiciones operativas del sistema en el que trabaja.

Tales características, que corresponden a la codificación que las organizaciones informativas utilizan para valorar el concepto de noticia, adquieren una mayor connotación cuando aparecen en un diario de corte popular, en los que los trabajos de Friedan (1963) y

López Díez (2002) han identificado estereotipos que retratan a las mujeres como víctimas, objetos sexuales, sexo débil o figuras dominadas.

El sensacionalismo es una forma narrativa que busca apelar a las sensaciones del lector, ya sea de angustia, tristeza, miedo, alegría, morbo, enfado o asombro. Esta tuvo su origen desde los pregones y contadores de historias en las plazas y en la prensa neoyorquina en la década de los años 30 del siglo XIX. Dentro de sus antecedentes históricos se destaca la aparición de la tira cómica "*The Yellow Kid*", así como el enfrentamiento entre William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer.

Esta forma narrativa, utilizada por la prensa popular, se caracteriza porque le apuesta más a temas cotidianos, ligeros, que narra en forma novelesca y exagerada. En esta construcción textual utiliza un lenguaje sencillo y coloquial, fácil de entender por su público, que serán aquellas personas que leen el periódico con el propósito de entretenerse y obtener temas de conversación con sus pares. Todo lo anterior va acompañado de fotografías grandes y titulares llamativos.

Hoy, la estrategia que utilizan muchos de los diarios populares es el uso de imágenes de mujeres erotizadas en sus páginas centrales para atraer, aún más, a sus lectores. Esta práctica ha estado presente en la prensa sensacionalista desde sus inicios en el siglo XIX, cuando William Randolph Hearst, uno de los personajes más importantes en el desarrollo de este tipo de prensa, introdujo las fotografías de mujeres atractivas como una forma de llamar la atención desde sus primeras páginas.

El erotismo viene a ser entonces un instrumento de mercadeo, que busca activar los instintos más primarios de los lectores, o en palabras de Gubern (2000) es el “señuelo supremo de la mirada” que atrapa al consumidor.

La inclusión de imágenes erotizadas en los medios de comunicación cumple entonces una doble función: Como criterio de noticiabilidad y como elemento de publicidad. Redondo García (2011) explica que en ejercicio de la primera función, el estilo sensacionalista apela al sexo, como “una pulsión ineludible de la fisiología humana cuya fuerza da ejemplo de que el progreso es incapaz de neutralizar las potentes marcas de la vida emocional ancestral”.

Por su parte, la segunda función se refiere a que el erotismo se convierte en un recurso eficaz para “captar” la atención del receptor, despertar su “interés” y finalmente su “deseo” de consumir el producto informativo: “Desde el momento en que la sexualidad se ha presentado como producto rentable no nos debe parecer extraño que los medios hayan asimilado en las narraciones noticiales componentes que dejan entrever la retórica de una creciente y abrumadora sexualización” (Fernández Díaz, 2003).

La estrategia comunicativa de estos diarios se centra en el impacto y el entretenimiento, utilizando un lenguaje coloquial y llamativo que acompaña grandes fotografías. Además, “privilegian la temática ligera, con dominio de noticias blandas o de interés humano, abundando en materias como los sucesos, el seguimiento de la actualidad de las celebridades o los deportes” (Redondo García, 2011).

En Colombia, el impacto de la prensa popular o sensacionalista se ha hecho visible a través de diarios como Al Día y La Libertad en Barranquilla y Q'hubo en los departamentos del Atlántico, Cundinamarca, Santander, Valle del Cauca, Bolívar, Norte de Santander, Tolima, Caldas, Antioquia, Risaralda, Cauca y Cesar. Es tanta su aceptación por las masas, que estos tabloides han llegado a desplazar a los grandes diarios en las encuestas de percepción de medios.

Según la Encuesta General de Medios socializada en el mes de mayo del año 2016, el periódico Al Día de la ciudad de Barranquilla ocupó el tercer lugar a nivel nacional después de los grandes diarios El Tiempo y El Espectador, mientras que a nivel regional continúa ocupando el primer lugar con 437.200 lectores, frente a un segundo lugar del periódico Q'hubo con 130.600 lectores y un tercer lugar del periódico El Heraldillo con 98.000. Desde su creación, hace 9 años, el periódico Al Día ha tenido una expansión hacia los departamentos de La Guajira, Cesar, Bolívar, Sucre, Magdalena y Córdoba.

En su versión impresa, el periódico Al Día consta de una primera página o portada en la que utiliza una fotografía de gran tamaño, con presentación similar a la de un póster del hecho judicial más importante del día. El nombre del periódico se ubica en la parte superior junto con la fecha y el número de la edición publicada. En esta misma ubicación se encuentra un cintillo, sobre el cual se escribe el nombre del periódico, acompañado de un titular impactante con una pequeña foto de otra noticia relevante.

Las secciones se encuentran distribuidas en las 23 páginas del periódico repartidas de la siguiente forma:

En la página 2 se colocan la sección de servicio social, clic del día que es una noticia internacional, una foto en referencia a lo que sucede en redes sociales y una columna denominada al Día Jurídico. En la página 3 se encuentra el desarrollo de la noticia judicial más impactante acompañada de varias fotografías, publicidad y balcones con noticias breves.

En las páginas 4, 5, 6 y 7 se desarrollan otras noticias de carácter judicial, acompañadas de balcones con otras noticias de menor impacto y publicidad. En las páginas 8 y 9 están ubicadas otras secciones tales como Regional, Salud, Sobre Rueda, Misterio, Caliente y hechos internacionales; las páginas 10 y 13 hacen parte del gran crucigrama.

En las páginas centrales aparece la publicación de imágenes de mujeres desnudas o semidesnudas con frases eróticas.

En las páginas 15, 16 y 17 se encuentra la sección deportiva acompañada con fotografías de los hechos más relevantes a nivel local, nacional e internacional. En estas páginas aparece el uso de la publicidad y balcones con pequeñas fotografías y noticias breves. Estas páginas también se utilizan para eventos culturales, hechos políticos, entre otros. En las páginas 18 y 19 se encuentra la sección de entretenimiento, con los hechos más relevantes de la prensa rosa, acompañados de publicidad y balcones con noticias breves.

En la Página 20 está la sección de “Mundo Curioso” y una columna con noticias del entretenimiento a cargo de un periodista. En la página 21 se encuentra la foto noticia “Manda Cáscara”, que muestran conductas que irrespetan las normas de convivencia en la

ciudad, acompañada de elementos como el chiste del día, el horóscopo y la foto positiva del día. En las páginas 22 y 23 aparecen la sección de cumpleaños y clasificados.

En la contra portada tipo cartel aparece nuevamente el nombre del periódico, la fecha de emisión, una fotografía de tamaño medio de la mujer desnuda o semidesnuda de la página central, un titular en gran tamaño del hecho deportivo más importante del día con su fotografía y balcones con noticias de entretenimiento. La contraportada varía dependiendo de las promociones y los eventos que maneja el periódico en su apuesta comercial.

Dada la lecturabilidad que evidentemente tiene el periódico entre los lectores de la Costa se trata de un apartado de notable influencia entre los públicos de la región. Y su análisis, un imperativo científico en el marco del presupuesto conceptual sobre la violencia simbólica como consecuencia de la perpetuidad tácitamente aceptada del papel dominante del hombre, en el que las mujeres aparecen con un matiz de inferioridad y sometimiento comúnmente aceptados.

En busca de la caracterización del discurso de la prensa popular, que bien podría revelar la exposición erotizada de la mujer en tales medios, el presente trabajo de investigación analiza el tratamiento que recibe la mujer en el periódico Al día de la ciudad de Barranquilla y estimular el debate sobre si el lenguaje utilizado cumple una función preventiva para la protección o si por el contrario constituye un motivador para la repetición de conductas agresivas y violentas en contra de ellas. Para ello se formulan preguntas como: ¿El uso de lenguaje erotizado y la publicación de imágenes de mujeres desnudas o semidesnudas son conductas de violencia simbólica? ¿Dé que forma este tipo de



representaciones instrumentalizan a las mujeres como resultado de la extensión de la dominación masculina? Por esa vía ¿los medios están contribuyendo al menoscabo de los derechos de la mujer?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1.Objetivo general**

- Analizar los elementos de violencia simbólica contra la mujer que aparecen en el lenguaje de las imágenes que publicó en sus páginas centrales el periódico popular Al Día de la ciudad de Barranquilla, durante el año 2015.

### **2.2.Objetivos específicos**

- Determinar los rasgos característicos del presupuesto conceptual de Pierre Bourdieu sobre el lenguaje de la dominación masculina.
- Identificar la función de los componentes del lenguaje verbal y no verbal en la construcción de un discurso erotizado sobre la mujer.
- Precisar los elementos de violencia simbólica que pueden estar generando sobre la mujer el lenguaje de las imágenes que aparecen en las páginas centrales del periódico Al Día de Barranquilla.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Esta investigación sobre la violencia de género en la prensa popular, desde la perspectiva de dominación de Bourdieu, caso periódico Al Día de Barranquilla, fue realizada con el fin de establecer si la forma como se utiliza el lenguaje verbal y no verbal frente a la mujer, en imágenes erotizadas, contiene elementos que generan violencia simbólica.

Este proceso investigativo es conveniente en cuanto al propósito académico de teorizar y soportar científicamente cómo las mujeres están siendo expuestas en los medios masivos de comunicación, con el fin de generar conciencia sobre la necesidad de buscar alternativas que sustituyan esta forma de entretenimiento y evitar a futuro este tipo de prácticas. De hecho, ésta servirá para hacer un llamado de atención a los medios de comunicación con el fin que revisen a partir de los Consejos de Redacción si la inclusión de las imágenes de las mujeres desnudas y semidesnudas, acompañadas con epígrafes erotizados contribuye en un proceso educativo en virtud del respeto hacia la mujer.

Para la sociedad esta investigación es relevante porque a partir del análisis del lenguaje de la prensa popular busca generar conciencia que la exposición de la mujer en los mass media, contribuye a generar más violencia simbólica sobre ella. Es de carácter urgente que las comunidades, las familias, los hombres y las mujeres comprendan que la violencia de género no es un juego y que existen elementos en el entorno, como la prensa, que refuerzan los códigos de pensamiento que propician estas conductas.

Además constituirá un punto de partida para buscar otros espacios de participación de la mujer, en los *mass media*, que no sean exclusivamente de contenido sexual.

Este proyecto servirá además para las instituciones educativas y universidades como referente de estudio, con el fin de establecer que este tipo de exposición hacia la mujer afecta su integridad.

Los resultados obtenidos en esta investigación servirán como modelo de recolección y análisis para determinar si en otros medios impresos o audiovisuales las mujeres son expuestas con un alto grado de contenido sexual, lo que propicia a la dominación masculina llegando a casos extremos donde los ataques hacia la mujeres son justificados por el solo hecho de ser mujer ante la primacía del hombre.

#### 4. ESTADO DEL ARTE

Después de consultar las investigaciones, monografías y artículos que se han publicado sobre los temas de la violencia simbólica y los medios de comunicación se encontraron los siguientes registros:

- **“Rostros visibles de la violencia invisible. Violencia simbólica que sostiene el Patriarcado”.**

Juan Dukuen, Revista Sociológica de Pensamiento Crítico, 2011 - Vol. 5 / N° 1.

**Resumen:** Este artículo científico analiza el núcleo central de la teoría de la violencia simbólica propuesta por Bourdieu y Passeron, a partir de su relación con la tesis althusseriana -publicada también en 1970- sobre la Ideología, porque ambos textos toman como eje el problema de la reproducción y su relación con el sistema escolar, planteando diferentes propuestas. El análisis realizado muestra las diferencias críticas entre ambas teorías, estableciendo la contribución fundamental que una teoría de la violencia simbólica implica a la hora de producir una teoría de la dominación, de tal forma de complejizar la “lectura escolar” que se suele hacer de la obra de Bourdieu, y en especial de La Reproducción, para habilitar una discusión teóricamente fundada sobre su obra.

- **“Tratamiento de la mujer en los medios”.**

Carmen Valverde Fernández, Cuadernos de Comunicación, 2008 - N° 2.

**Resumen:** Este artículo científico analiza la forma como se trata a la mujer en los medios de comunicación, como protagonista de la noticia y como productora de la misma.

En el primer rol concluye que la problemática cotidiana de la mujer está ausente. Se prima la victimización, ser el rostro sufriente y sensible de la sociedad. Se cubre la parte emotiva y a veces ligera y jocosa de la información a costa de la mujer. Además de que existe poco análisis y artículos de opinión sobre la violencia de género y el rol de la mujer en general.

En cuanto al tratamiento como productora de la información concluye que ésta se destaca en Informativos e Interpretativos, apenas está presente en la Opinión. Poca representación directiva en los medios, sobre todo en prensa escrita, más en TV quizás por la relevancia de la imagen.

- **“Violencia simbólica, discursos mediáticos y reproducción de exclusiones sociales”.**

Neyla Graciela Pardo Abril, Discurso & Sociedad, 2013, Vol. 7 - N° 2.

**Resumen:** El fenómeno de la violencia no se ha desarticulado de las formas como los grupos sociales elaboran y reproducen significados. Esta vinculación ha generado una valoración del papel del ámbito simbólico en los estudios sobre las expresiones de violencia, en sociedades caracterizadas por altos niveles de conflictividad. Los análisis centrados en los efectos de la violencia y en las causas observables que la determinan han constituido el enfoque dominante, dejando de lado factores nucleares que, en razón de los sistemas simbólicos existentes, pueden contribuir a la explicación y comprensión de la normalización y estabilización de la violencia, y los sistemas de exclusión que le son inherentes. De la misma forma, el estudio de fenómenos sociales como la exclusión se ha asociado al tema del ingreso, dejándose de lado el papel de los asuntos culturales en tanto instancias de concurrencia de diversos actores sociales, con recursos diferenciales y con estrategias disímiles.

La orientación académica predominante crea la imposibilidad de abordar integralmente fenómenos sociales asociados a la compleja realidad colombiana del despojo, el cual constituye el punto de interconexión entre diversos mecanismos y estrategias de violencia física y simbólica, orientadas a la perpetuación y profundización de la exclusión estructurada y estabilizada en la vida socio-política colombiana. Esta reflexión evidencia las formas como los medios de comunicación se constituyen en actores capaces de participar en la dinámica social, ya sea contribuyendo a la integración social o a la fragmentación y a la desintegración de la vida comunitaria. Se aborda la relación entre los procesos de mediatización y la representación de los fenómenos de la violencia y la exclusión, cuando desde las instancias mediáticas se construyen discursos que refieren a los actores armados del conflicto colombiano, en lo relativo al tema del despojo de las tierras de las comunidades rurales. Se analizan dos noticias ubicadas en las secciones de “Conflicto”, de la revista Semana.com; y de la sección “Política”, del periódico El Espectador.com.

- **“Sociedad del espectáculo y violencia simbólica: las nuevas formas de la violencia en el discurso mediático”.**

José Enrique Finol y Johandry A. Hernández, Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología, 2015 - Vol. 24/ N° 2.

**Resumen:** Este artículo científico recoge los resultados de una investigación en la que se relacionan los conceptos de sociedad del espectáculo (Debord, 1967) y violencia simbólica (Bourdieu y Passeron, 1970), considerados como fundamentales para conocer e interpretar algunos fenómenos sociales y culturales contemporáneos, en particular

anteriores y nuevas formas del discurso mediático de la violencia. Para ilustrar tales conceptos y sus relaciones se recurre a los fenómenos denominados exceso de representación y neo-narcisismo (Finol y Finol, 2008; Finol, 2014), entendidos como expresiones concretas de la sociedad del espectáculo, que también están basadas en la violencia simbólica que se ejerce, particularmente, desde la publicidad y los medios de comunicación. Finalmente, se propone una clasificación de las relaciones entre ficción y realidad y entre estas, los medios de comunicación y las nuevas narrativas que atraviesan el discurso mediático.

- **“Retomando un debate: La teoría de la violencia simbólica en Bourdieu y la noción de ideología en Althusser, frente al problema de la reproducción”.**

Jessie Blanco, Revista Venezolana de Estudios de la Mujer. Caracas, Enero /Junio, 2009 - Vol. 14 / N° 32.

**Resumen:** Este artículo científico pretende destacar la importancia de llevar el análisis de la violencia de género hacia el marco de la violencia simbólica y cultural, donde se legitiman prácticas, dentro de un sistema patriarcal y capitalista que se evidencia en la violencia física, la cual termina siendo la violencia más visibilizada, mientras que aquella que sostiene la producción y reproducción de esta última, suele invisibilizarse en los análisis y discursos críticos y en las mismas prácticas feministas. Se trata de ir apuntalando la mirada hacia esos hilos invisibles, que naturalizan y legitiman la violencia cultural y encarnan su expresión en el lenguaje, las representaciones culturales, la identidad y los cuerpos sexuados.



- **“Eje de la violencia simbólica: La masculinidad”.**

María Antonia García de León Álvarez. Cuadernos de Comunicación, 2008, n°. 2.

**Resumen:** En un momento como el actual, cuando se impone la lógica de lo inmediato, la autora plantea la necesidad de profundizar desde el punto de vista teórico sobre el Género, en el ámbito de las Ciencias Sociales, en lugar de ofrecer “recetas cambiantes” para los problemas sociales. En ese sentido, la autora invita a la reflexión y el análisis sobre las causas de que persista el patriarcado occidental, a pesar de las políticas públicas puestas en acción para lograr la igualdad de género.

- **“Género, discurso crítico y violencia simbólica: un trinomio epistemológico en la prensa chilena entre 2006-2011”.**

Paulina Salinas Meruane y Claudia Lagos Lira. Nueva época, núm. 21, enero-junio, 2014.

**Resumen:** Este artículo analiza las construcciones de género en la prensa nacional, durante el gobierno de la primera mujer presidenta en Chile (2006-2011). La llegada de Bachelet al gobierno no produjo una transformación efectiva en la manera de significar lo femenino: Más bien existe continuidad y escasos cambios. Se advierte un uso naturalizado del lenguaje indirecto, develándose sexismo, control social y xenofobia.

- **“La sexualidad femenina en discursos de la prensa popular y la ficción televisiva”.** Tania Rodríguez Salazar e Iliana Pérez Sánchez. Nueva época, núm. 21, enero-junio, 2014.

**Resumen:** Este artículo presenta un análisis cultural de discursos mediáticos provenientes de la autoayuda (revista Cosmopolitan) y de la ficción televisiva (“Las Aparicio”). Se exploran las formas en que abordan algunos temas de la sexualidad

femenina y se destaca que fomentan un conjunto de significados y normas alternativas, pero acompañados de mensajes paradójicos y contradictorios que cuestionan su sentido liberador.

- **“La pragmática masculina del control: del gobierno de sí mismo hacia la violencia contra las mujeres”.**

Ivan Sambade. Revista Nomadías, 2010, N° 11.

**Resumen:** En las modernas sociedades occidentales, la masculinidad hegemónica parece haberse concretado en el mito del varón autosuficiente que compite en el mercado laboral por dinero, éxito y prestigio. En cambio, el resto de creencias de la mística de la masculinidad como la belicosidad esencial de los varones o su supremacía respecto de las mujeres perdura latente en el imaginario colectivo de nuestras sociedades. La lacra social de la violencia de género pone de manifiesto que los varones occidentales siguen siendo socializados en los mitos de la masculinidad hegemónica. De este modo, los varones somos educados en un conjunto de prácticas de autocontrol mediante las cuales interiorizamos el recurso de la violencia como forma de dominación de las mujeres. Este conjunto de prácticas masculinas constituye la "pragmática del control".

## 5. REFERENTES CONCEPTUALES

Este estudio se propone abordar los temas que integran el sustento teórico de la investigación, tales como la prensa desde una perspectiva general, sus antecedentes e importancia, para luego llegar a la revisión del concepto de prensa popular, su historia y su impacto cultural en la sociedad. De igual forma estudiará los aspectos más relevantes de la lucha de la mujer y la defensa de sus derechos, haciendo énfasis en la relación entre la mujer y los medios de comunicación y se finalizará con el análisis de la teoría de la dominación masculina de Pierre Bourdieu y los elementos de violencia simbólica como componente de la misma. Todo lo anterior se complementará con las bases teóricas sobre los elementos del lenguaje y el erotismo.

### 5.1. La Prensa sería como *mass media*

*“La prensa es el más poderoso elemento del orden, de la libertad, de la civilización y la fuente de las luces para los individuos y las sociedades”*

Facundo Zuviría

La prensa escrita es el más antiguo de los medios masivos de comunicación, aunque para algunos es mucho más que eso. Para Sohr (1998), por ejemplo, el concepto de prensa tiene un alcance mucho más amplio, ya que considera que en ella “confluyen una industria, un negocio, un medio de información y entretenimiento, un servicio y un instrumento de influencia política” (p. 12).

Los antecedentes más remotos de la prensa se ubican en las diversas formas de comunicación escrita que aparecieron a partir de la edad media como las Actas Diurnas del César, el correo, el coranto y las gacetas (Ford, 1987), proceso que estuvo acompañado de otras formas literarias como los pasquines, las novelas satíricas y los almanaques hasta llegar a la aparición del diario como tal.

Podría pensarse de manera desprevenida que el origen de la prensa está asociado a la invención de la imprenta por Gutenberg, a mediados del siglo XV. Sin embargo, debieron transcurrir casi tres siglos para que ésta pudiera constituirse en un verdadero medio informativo porque esta majestuosa invención quedó bajo el monopolio de las monarquías absolutas, que caracterizaban el sistema sociopolítico de la época. Tan riguroso fue este control que durante el reinado de Enrique VIII de Inglaterra, a principios del siglo XVI, el cardenal Wolsey dijo: “Debemos destruir a la prensa o la prensa nos destruirá a nosotros”.

Inglaterra fue la cuna donde apareció el primer periódico: El Daily Courant en el año 1702, movimiento que influyó en los ideales de la Revolución Francesa y se expandió a otros países europeos.

Para comprender el alcance de la prensa resulta necesario hacer referencia a la teoría de Niklas Luhmann (2007) sobre los medios de comunicación de masas, tomando como punto de partida su concepto de comunicación:

la comunicación en su forma constitutiva primaria definida como código, como sistema de referencias - o como se quiera – no siente, no posee conciencia, no valora, no discrimina; no es ni buena ni mala para el ser humano, es simplemente un suceso ciego sin sentidos ni rumbo.

Esta concepción de la comunicación llama poderosamente la atención porque nos da a entender que el proceso comunicativo no depende de los hombres para su desarrollo, sino que es una especie de sistema que se sostiene y manifiesta por sí mismo. Luhmann (2007) señala que la comunicación en su estado más simple o primitivo es un mundo social que existe previo a la misma sociedad.

Para Luhmann (2007, p. 12) “la comunicación es un fenómeno binario”, entendido como un sistema, en el que interactúan valores relativos, que presentan dos variables, dos fuerzas totalmente opuestas que, a su vez, son unas categorías donde los medios de comunicación enmarcan lo que es realmente noticioso, desde lo llamativo y en la forma como se manifiestan esas noticias en la sociedad.

Esta reflexión sirve de fundamento a su hipótesis de que “La teoría social está cimentada sobre el fundamento de que la sociedad es pura comunicación. Ésta constituye un universo autocontenido: un mundo” (Luhmann, 2007, p. 13). Al interpretar este planteamiento Martínez (2014) expresa que:

sociedad es igual a comunicación, pero es un estadio abstracto. La comunicación no es acontecimiento *per sé*: se tiene que actualizar en algo, por ejemplo, las acciones, bajo el supuesto de que, en el mismo plano de la abstracción, el sistema psíquico (conciencia) está clausurado sobre sí mismo (p. 167).

Con ello quiere decir que las características de la comunicación no tienen límites y ésta es pensada como un todo, como un sistema que se autoalimenta con las dinámicas que se rigen por la física y por ende no se ve afectado por nada que esté fuera de ella.

Luhman (2007) también expresa que “la sociedad es una red inmensa de comunicación – una red universal”, que se manifiesta a través del lenguaje y se fundamenta en el desarrollo de la sociedad, que es el lugar donde es posible que se genere esta dinámica de la comunicación como sistema binario.

En medio de esta concepción de la comunicación, para Luhmann (2007) los mass media vienen a ser en realidad una galaxia de comunicación con código propio, para los que lo importante es determinar lo que es verdaderamente impactante y novedoso y lo que no lo es:

Los medios de masas constituyen una forma diferenciada de comunicación universal, con código propio: lo informable/lo no informable. Esta binariedad del código les impone a los *mass media* una selectividad como posición de salida que los obliga a ir conformando criterios para decidir lo que se puede considerar digno de informar y lo que no” (p. 21).

Con esta premisa, Luhmann (2007) establece en su línea de pensamiento que aunque la noción de verdad es importante para el quehacer noticioso, “los medios de comunicación de masas no se orientan por el código de verdad/falsedad (propio del sistema de la ciencia) sino por el código propio de su campo programático: información/no información”.

De este modo, los medios de masas, teniendo en cuenta su base tecnológica (Prensa, Radio y Televisión), excluyendo el internet y el desarrollo de las redes sociales, tienen su propio código binario para manifestarse y la comunicación oral primitiva no es tenida en cuenta, sino la operación que se presenta en este universo de los *mass media*:

(...) tal éxito de la comunicación masiva ya no depende de la interacción. De esta manera surge en el campo de los medios para las masas un sistema autopoietico que se reproduce a sí mismo y que ya no está orientado a la comunicación entre presentes” (Luhmann, 2007, p. 20).

En este sentido y muy acorde con los objetivos a conseguir en esta tesis, la línea de pensamiento analizada nos ilustra que la representación de los temas que leemos habitualmente en los medios tecnológicos como la televisión, la radio y prensa, tienen un significado peculiar dentro de este universo particular. Por ello, temas relacionados como el arte, la política, la cultura, son simples representaciones de lo que son en realidad:

la información proveniente de los medios es necesariamente una construcción de la realidad. La información crea un “estado Imaginario” de la sociedad desde el momento en que está comprometida con el hecho de que la comunicación insólita o anormal deberá proseguir en las horas y en los días subsecuentes (Luhmann, 2007, p. 22).

Esta anormalidad de la que habla Luhmann es la que vivimos a diario en nuestra sociedad y es allí donde lo espectacular y lo impactante se convierten en los móviles de este

sistema, en el cual éste proceso se perpetua en el tiempo. Lo complicado de esta realidad es que cada día, sin excepción, lo novedoso e hilarante va condicionando lo que percibimos.

La normalidad no es noticiosa y la exigencia constante de los “*mass media*” en relatar esta anormalidad constituye su quehacer, sólo algo mucho más espectacular puede sobrepasar lo de ayer e incluso con pocas horas de diferencia.

Avanzando en esta teoría y contrastándola con los lineamientos de la prensa popular o sensacionalista que busca impactar en la sociedad para obtener más clientes con fines netamente económicos, Luhmann (2007) señala que “cuando se está preestructurando hacia lo sorpresivo, puede ser un consuelo saber que mañana se tendrá más conocimiento al respecto. De esta manera los medios de masas sirven en la sociedad para producir y procesar estímulos” (p. 34).

Este concepto no está alejado de la realidad ya que las noticias más destacadas son informaciones que tienen la misma línea de fuego que la prensa popular, sólo basta con mirar los tabloides de la crónica roja para determinar el impacto social que provocan estas noticias que aparecen de forma explícita. Cada mañana la sociedad se levanta para leer y observar las anomalías de la sociedad, donde lo espectacular es la materia prima de este sistema información/no información, lo que en palabras de Luhmann (2007) sería: “Los medios de comunicación mantienen, se podría decir así, a la sociedad en vigilia, despierta. Producen una siempre renovada disposición a contar con lo sorpresivo, con lo irritante”.



## **5.2. La prensa popular**

Para los medios de comunicación las audiencias son el objetivo a cautivar y desde su legítimo derecho la prensa popular ha logrado desde sus inicios buscar los elementos necesarios que le permitan obtener el mayor número de adeptos a través de sus contenidos.

En este contexto, hay que entender el sensacionalismo como la tendencia a mostrar los aspectos más espectaculares de la noticia y producir una gran sensación en el espectador ya sea angustia, tristeza, morbo, enfado, miedo, alegría, asombro. En él se trata de sobrevalorizar las emociones en detrimento de la información y el criterio periodístico:

A los receptores, las noticias sensacionalistas les interesa cada vez más, no por su interés general, sino por su capacidad de impacto, de provocar sensaciones e impresiones que violenten los sentidos (...) la información es considerada directamente proporcional a la impresión máxima y, por tanto, a la entropía. Y, por esto, con la tendencia a una impresión máxima, se tiende a una situación en la que la información del mensaje sea máxima. Si esta circunstancia de impresión por los perceptores no se produce, sólo difícilmente se captará la atención del lector, por lo que la elaboración de la información exige cada vez más titulares espectaculares o sensacionalistas que atrapen al público, aun a riesgo de desvirtuar los contenidos (Estupiñán, 2000, s.f.)

En este sentido, la importancia intrínseca de la noticia no va pareja en ocasiones, al valor mediático que se le adjudica. Siguiendo a Umberto Eco (1984) “la industria de la información, por el puro razonamiento del beneficio, lleva a magnificar acontecimientos minoritarios para hacer noticias excepcionales y a repudiar hechos continuos y repetitivos

como antiperiodísticos”. Con el mismo fin De Fleur & Ball-Rockeach (1982) apuntan lo siguiente:

El contenido de entretenimiento que parece más capaz de atraer la atención de una mayor cantidad de los miembros del público es el contenido de bajo gusto. Puesto que el objetivo más esencial del sistema de medios es el lucro económico, el contenido de sexo y violencia, o cualquiera otro que suscite la atención y la mantenga, pasa a ser funcional, en el sentido de que, aunque sea de bajo gusto, lleva una cifra máxima en los volúmenes de público expuesto ante la publicidad comercial (p. 185).

Lo impactante no puede ir separado del valor lucrativo de los contenidos ya que los temas privilegiados por el sensacionalismo informativo son representados en “valores-noticia”<sup>1</sup> que resultan dominantes en este estilo periodístico, establecido bajo “la presunción de comercialidad”; de forma que lo sorprendente o lo anecdótico son ingredientes predilectos, puesto que han demostrado su eficacia a la hora de generar un incremento del consumo de información.

En la jerga técnica del periodismo se usan indistintamente los calificativos de sensacionalista o amarillista para los medios informativos que buscan alimentar a sus audiencias con los contenidos que muestran, erigiéndolos en “*noticias*”, comportamientos o sucesos anticonvencionales.

El mayor interés de las masas que tienen acceso a la prensa sensacionalista o amarillista estriba en la vida íntima de políticos y famosos, más que en sus acciones

---

1 Cfr. Redondo García, M. (2011, p.68)

laborales, con el fin de poder comparar sus vidas y emitir juicios de sus comportamientos. El eje central es la vida del otro, necesidad que se encarga de suplir este tipo de periodismo: “La curiosidad del hombre sobre la vida de sus propios semejantes es insaciable. Para imitarlos o para denostarlos, para envidiarlos o para despreciarlos. En realidad, eso que conocemos por periodismo tiene en buena medida su origen en esta curiosidad” (Pizarroso, 1994, pág. 19).

Las clases populares que consumen la prensa amarilla o sensacionalista, se convierten en el público con la capacidad de consumir estos productos impresos y son las que generan la cultura de masas en su sentido moderno<sup>2</sup>. Martín-Barbero (1987) describe este fenómeno como "una progresiva transformación del activo -ruidoso y agitado- público popular (...) el pasivo público de una cultura convertida en espectáculo para una 'masa silenciosa y asombrada'" (p. 38).

Bajo este enfoque es que Tuchamnn (1983) define la noticia como “un bien de consumo perecedero que debe ser producido fresco cada día y que depende de las actividades en curso en cuanto a su materia prima”, lo que significa que cuando hay escasez de noticias importantes, es necesario seguir ofreciendo otras de menor importancia, convenientemente resaltadas, para cubrir la demanda de información.

En esta reflexión entre producción y consumo va implícito también que para la prensa sensacionalista se favorecen aquellas informaciones que puedan tener una mejor

---

<sup>2</sup>En perspectiva de Eco (1984, p. 47), la prensa popular, como uno de los medios de comunicación, le da al público de la clase popular lo que ésta desea, “siguiendo las leyes de una economía fundada en el consumo y sostenida por la acción persuasiva de la publicidad, sugieren al público lo que debe desear”.

recepción por parte del público, al tiempo que toda demanda detectada sea satisfecha. En palabras de McQuail (1991) “La noticia está hecha para complacer las necesidades de sus clientes, que son los receptores”.

De hecho, la prensa popular o sensacionalista<sup>3</sup> surge como respuesta a la necesidad de facilitar el acceso masivo a la información. Sus antecedentes más recientes se ubican en los siglos XVI a XVIII<sup>4</sup> con la aparición de una literatura efímera, que era corta y utilizaba titulares llamativos con historias y chismes sobre la burguesía, así como con la aparición de los almanaques y pronósticos, a los que podían acceder con mayor facilidad las clases populares. Por sus elevados costos, la clase burguesa era la única que podía acceder a los periódicos o prensa seria:

La prensa del siglo XVII es una prensa reservada a la elite, porque sólo ella puede pagar una suscripción regular, y sólo ella siente la necesidad de recibir una colección de noticias semanales que le permita estar informada en el momento de la conversación (Gomis, 1991, p. 54).

Gracias a los efectos de la Revolución Industrial, como la creación de nuevos medios y modos de producción, la reducción del analfabetismo, la mejora de la calidad de vida, entre otros, hubo una transformación en la estructura social, en la que la naciente clase media toma un papel relevante. Incluso esta nueva clase empieza a tener un excedente en

---

<sup>3</sup>Para mayor información sobre el origen del sensacionalismo ver: Schudson (1978), Milton (1989), Cohen (2000), Campbell (2001) y Stevens (2007).

<sup>4</sup>El carácter impactante y sorprendente presente en los impresos de circulación masiva también presentaron sus orígenes desde el siglo XVI con las gacetas alemanas y francesas que incluían notas sobre crímenes, dramas familiares y chismes de la realeza y solamente desde la mitad del siglo XIX, estas publicaciones fueron asumidas como una forma diferente de hacer periodismo (Torrico Villanueva, 2008).

sus recursos para destinarlos a la diversión y el consumo y a sentir la necesidad de estar informada y conectada con su realidad social.

En contraste, para los periódicos se redujeron los costos de producción del papel y se crearon nuevas tecnologías que permitieron la impresión de un mayor tiraje y difusión, es decir, había una nueva clase social demandando información y unas condiciones técnicas y económicas favorables para que la prensa pudiera responder a ésta.

Es en este contexto histórico que la prensa se transforma adaptándose a las necesidades del nuevo mercado, se hace más flexible para ajustarse a la nueva vida urbana así como a los gustos e intereses de la clase popular, sus nuevos destinatarios. Cambia sus contenidos incorporando noticias locales, tiras cómicas, pasatiempos e incluso noticias deportivas. Modifica además su forma de financiación porque el periódico pasa a depender de las ventas y la publicidad, además de que se transformó el modelo empresarial puesto que ahora se requería la conformación de equipos de trabajo con reporteros que respondieran con contenidos para incluir en las nuevas secciones. Incluso hay autores como Redondo García (2011), que afirman que en este momento surgió la concepción comercial del periodismo:

Así nació, junto con el periódico de masas, el periodismo como negocio, un negocio rentable para aquellos que conseguían ganarse el favor del público porque el éxito en el número de lectores atraía de forma automática la publicidad, un componente que, a partir de ese momento, se convertiría en esencial para la subsistencia de cualquier diario (p. 85).

Entonces la prensa popular como nueva forma de periodismo<sup>5</sup> tuvo su origen desde los pregones y contadores de historias en las plazas y en la prensa neoyorquina en la década de los años 30 del siglo XIX, ciudad en la que fue bautizado como el Nuevo Periodismo o “*New Journalism*”, fenómeno cuyo alcance es descrito por Schudson (1978) de la siguiente forma:

Por primera vez los periódicos norteamericanos dan noticias políticas, no sólo extranjeras sino también domésticas, no sólo nacionales sino también locales; por primera vez publican reportajes sobre la policía, los tribunales de justicia, las calles y hasta se meten en los domicilios particulares. Por primera vez, los periódicos reflejan, no sólo la vida económica y política sino también la vida social (p. 53).

A esta primera etapa de construcción de la prensa popular se le puede llamar la fase de los “*penny papers*”, por el bajo costo con que empezaron a comercializarse los diarios que aparecieron en ella. Los más relevantes fueron el New York Sun (1833) dirigido por Benjamín Henry Day (1810-1889) y el New York Morning Herald (1835) de James Gordon Bennett (1795-1872).

Uno de los hechos más llamativos respecto del primer diario mencionado es que en su primer número incluyó una declaración de intenciones, en la que desde sus inicios, quedaba marcada su vocación comercial: “El objetivo de este periódico es presentar ante el público, a un precio asequible a cualquiera, todas las noticias del día, y al tiempo, ofrecer un vehículo provechoso a los anunciantes” (Schudson, 1978, p. 21).

---

<sup>5</sup>Algunos autores ubican el origen del periodismo y especialmente de lo espectacular de la prensa popular en la fusión de diversos factores. Por ejemplo, Bird (2000) señala que “el énfasis que algunos periodistas ponen en lo personal, lo sensacional, lo dramático no es nada nuevo. La literatura oral, las baladas, los cotilleos, los rumores; todo ello ha contribuido a conformar el periodismo”.

En cuanto a Bennett y el New York Morning Herald cabe destacar que utilizó nuevos avances tecnológicos llegando a imprimir cinco mil ejemplares en una hora, además de que incorporó a la estructura de Day la crónica social de las familias adineradas e introdujo un nuevo sistema de noticias: “el ofrecimiento de una recompensa a cambio de información” (Redondo García, 2011), práctica que aún se utiliza en el periodismo sensacionalista.

Con la llegada de Bennett las estrategias para conseguir la información sobrepasaron los límites, a tal punto de inventar historias para lograr captar la mayor cantidad de clientes y se pasó de un periodismo que entregaba información para unos pocos, que tenían acceso para tener una suscripción diaria o semanal y le interesaban temas enmarcados en la economía y la política semanal, a un periodismo que entregaba información de riñas, escándalos, tragedias y hechos de la vida privada de los artistas y personajes relevantes de la época.

La segunda etapa del desarrollo de la prensa popular, que se puede llamar la fase de la “*yellow press*”, se ubica hacia finales del siglo XIX, la cual se caracterizó, entre otros, por introducir nuevos ingredientes en la forma de presentar las noticias dándole participación a la voz subjetiva del periodista, su experiencia para lograr los temas y la incorporación de recursos estilísticos propios de la literatura.

Hay quienes afirman que el concepto de periodismo amarillista nació con la aparición de una tira cómica llamada “*The Yellow Kid*” o “*El Chico Amarillo*”, también

conocido como Mickey Dugan, considerada la primera tira cómica impresa a color de Estados Unidos, con circulación masiva. Olson (s.f.) explica que el personaje principal era un niño con los dientes desaliñados y una tonta sonrisa, que, vestido con una camisa de dormir amarilla compartía un callejón con otros personajes igualmente desarreglados. Usualmente, impresas en su camisa, aparecían frases escritas en una jerga neoyorkina. Otros atribuyen el origen del concepto al tono amarillento del papel en que eran impresos los diarios.

El desarrollo de esta etapa estuvo enmarcado en la batalla periodística entre William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer, entre 1895 y 1898. Estos dos hombres, propietarios de dos de los diarios de mayor circulación en la ciudad de Nueva York, iniciaron una fuerte competencia entre sus publicaciones por alcanzar el mayor volumen de ventas como lo expresó Melvin De Fleur (1982):

En tal contexto competitivo, los propietarios de los periódicos rivales más importantes se entregaron a una lucha despiadada por la conquista de nuevos lectores. En Nueva York, especialmente, William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer recurrieron a cualquier medio para lograr el aumento de sus cifras de circulación. De éstas dependían, como es lógico, los ingresos por publicidad y los beneficios. Ambos ensayaron diversos recursos, ardides estilos, experimentos y formas de presentación para conseguir que sus periódicos resultaran más atractivos para sus lectores (p. 40).



Por la forma como desarrolló su trabajo, William Randolph Hearst<sup>6</sup> fue considerado el más importante precursor del periodismo amarillista, llegando a controlar 26 diarios y 17 periódicos dominicales publicados en 18 ciudades diferentes, en la cúspide de su carrera. Bermeosolo (1969) afirma que Hearst logró construir este imperio en las comunicaciones gracias a la alteración de la verdad en su información, lo que él llamó el “*desprecio de la objetividad*”.

En contraste con las técnicas de Hearst, Pulitzer coloca al periodista en una posición en la que lo invita a ejercer su profesión con criterios éticos y con la conciencia de que su función está puesta al servicio de los hombres y no de intereses económicos propios y colectivos. Además innovó en la forma de presentar las noticias al incluir letras de gran tamaño para los titulares e incrementó el espacio destinado a la publicidad.

Siguiendo a Redondo García (2011), Pulitzer también se percató del potencial que suponía el público femenino (con peso creciente en la sociedad aunque identificado especialmente como consumidor de productos de belleza y para el hogar, y no por su influencia en los asuntos públicos) y, para satisfacerle, introdujo en su diario historias de crónica social, belleza, recetas y normas de protocolo y etiqueta.

El fenómeno de la prensa amarilla no se limitó a los Estados Unidos, sino que comenzó a extenderse por todo el mundo llegando a Colombia. Este modelo de hacer periodismo se fue imponiendo en los periódicos de la época, donde la crónica judicial

---

<sup>6</sup> Este periodista es recordado por practicar un periodismo morboso que lo llevó incluso a inventarse la guerra entre Estados Unidos y España, a través de ficciones y dibujos de hechos que nunca sucedieron.

ocupaba las primeras páginas. Según Vallejo (2006) en nuestro país se implantó más el modelo de Joseph Pulitzer, basado en el “lenguaje sencillo y accesible para los inmigrantes y que ofrecían contenidos de interés humano, relacionados con situaciones de injusticia, capaces de atraer a un público amplio” (p. 87).

La prensa popular en nuestro país se afianzó en los años cuarenta, con el inicio de la época de la violencia. En este período de tiempo sobresalieron las publicaciones de periódico El Tiempo y El Espectador, que iniciaron escribir en sus tabloides contenidos de crónica roja e investigaciones policiacas.

En la actualidad, la prensa sensacionalista se encuentra en auge en el país toda vez que como parte de las estrategias de mercadeo, los grandes diarios han segmentado sus productos y han creado tabloides que se enfocan en la presentación de crónicas judiciales con titulares llamativos. Los semanarios Hoy, Q’hubo y Al Día son ejemplos de estas manifestaciones de la prensa popular en Colombia.

### **5.3. La lucha de la mujer por sus derechos**

A lo largo de la historia de la humanidad, las luchas por los derechos de los hombres y las mujeres han sido una constante. El movimiento feminista no se escapa de estas luchas sociales que buscan principalmente la igualdad sexual y de género.

El feminismo está enmarcado en una filosofía de vida, en la que la forma de pensar influye en aspectos de la sociedad como la política, la cultura, el mismo Estado, el libre

pensamiento de las mujeres, entre otros aspectos, cuya finalidad es que los hombres y las féminas tengan las mismas condiciones de vida, con las mismas opciones para desarrollarse y ser productivos.

En la historia de las civilizaciones, cuyo desarrollo ha estado enmarcado por el sistema patriarcal, el rol de las mujeres ha estado relegado a su labor de procreación, mientras que al hombre se le atribuye un rol de supremacía sobre la mujer, cuya continuidad se debe principalmente al componente cultural.

Uno de los acontecimientos históricos que evidenció un giro transcendental y profundo sobre las desigualdades sociales consecuentes de la estructura social patriarcal, fue la Revolución Francesa en 1789, que tuvo como objetivos principales la libertad, la igualdad y la fraternidad. En esta coyuntura, las mujeres tomaron fuerza para comenzar a hilvanar sus ideales en torno a sus derechos, pero el poder del hombre continuaba en su apogeo ya que ante la realidad de que todos los hombres nacen libres e iguales, la contundencia textual de esta idea excluyó más a las mujeres, al no reconocer su emprendimiento como colectividad.

Hacia el siglo XIX, surgió el feminismo como un movimiento político, que por su propósito se le llamó sufragismo<sup>7</sup>, conformado por mujeres obreras y de clase que buscaban la reivindicación de sus derechos civiles y económicos, a través del reconocimiento de su

---

<sup>7</sup> En América Latina el sufragismo no tuvo la misma relevancia que en los EE.UU. y Europa, reduciéndose en general la participación a sectores de las elites. Se destacaron actuaciones aisladas como el rol de Eva Perón en Argentina en 1947, cuando promovió la Ley de derechos políticos de la mujer.

derecho al sufragio o voto. Es de anotar que este movimiento no tuvo mayor resonancia en América Latina.

Un hecho relevante en la historia del feminismo está dado por la aparición de organizaciones feministas, que constituyeron espacios para que las mujeres realizaran mítines, repartieran panfletos, recolectaran firmas, entre otras labores. En 1837 se creó la National Female Antislavery Association y en 1845 la Female Labor Reform Association, dirigida por Sarah Bagley, quien se encargó de organizar en 1848 la Convención de Seneca Falls en Nueva York. Como resultado de aquella famosa convención surgió la Equal Rights Association (Serret & Méndez, 2011, p. 18).

En sus inicios y hasta las primeras décadas del siglo XX el feminismo estuvo inspirado por la lucha para la obtención del derecho al voto de las mujeres, propósito que fue conseguido en casi todos los países europeos al finalizar la Segunda Guerra Mundial.

Después de esta gran conquista, hacia finales de los años sesenta, el feminismo retoma su carácter de movimiento social, sobre todo en Europa y Estados Unidos, en torno a los siguientes ejes temáticos:

- La redefinición del concepto de patriarcado.
- El análisis de los orígenes de la opresión de la mujer.
- El rol de la familia.
- La división sexual del trabajo y el trabajo doméstico.

El Nuevo Feminismo, como se le denominó a esta nueva fase del movimiento, a través del Movimiento para la Liberación de la Mujer (MLM) y otras manifestaciones, protestaba contra los valores tradicionales opresivos y cuestionaba las ideas impuestas sobre la sexualidad de la mujer, visibilizando temas como la violencia sexual y la despenalización del aborto. Buscaba desvirtuar la idea que encadenaba a la mujer por su naturaleza, que fue una de las consignas de Simone de Beauvoir (1949, p. 109) cuando afirmaba que “no se nace mujer, se llega a serlo”. En palabras de Pineda, Uría y Oliván (1985): “Ya no se acepta al hombre como prototipo del ser humano, como universal. Luchamos, sí, porque no se nos niegue ningún derecho, pero luchamos, sobre todo, para acabar con la división de papeles en función del sexo”.

Las grandes conquistas del movimiento feminista se reflejan en la firma de tratados internacionales que buscan proteger los derechos de la mujer y promover la igualdad de géneros. Son ejemplos de ellos, la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1979), la Declaración y Programa de Acción de Viena<sup>8</sup> (1993) y el Protocolo Facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1999).

---

<sup>8</sup> En el numeral 36 del capítulo II de esta Convención se pactó lo siguiente:

La Conferencia Mundial de Derechos Humanos pide encarecidamente que se conceda a la mujer el pleno disfrute en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y que ésta sea una prioridad para los gobiernos y para las Naciones Unidas. La Conferencia subraya también la importancia de la integración y la plena participación de la mujer, como agente y beneficiaria, en el proceso de desarrollo, y reitera los objetivos fijados sobre la adopción de medidas globales en favor de la mujer con miras a lograr el desarrollo sostenible y equitativo previsto en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y en el capítulo 24 del Programa 21 aprobado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

También se evidencia en la celebración de Congresos y Conferencias Internacionales<sup>9</sup>, que sirven de plataforma para la creación de políticas que favorecen la protección de los derechos de la mujer. En la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, celebrada en el El Cairo (Egipto), del 5 al 13 de septiembre de 1994, se estableció un plan de acción que buscaba fomentar la autonomía de la mujer y ofrecerle mayor cantidad de opciones mediante un mayor acceso a servicios de educación y salud, la promoción de los conocimientos prácticos y el aumento del empleo.

Por su parte, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, producto de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada del 4 al 15 de septiembre de 1995, marcó un importante punto de inflexión para la agenda mundial de igualdad de género, en la medida que consolidó cinco decenios de avances jurídicos dirigidos a garantizar la igualdad de las mujeres y los hombres tanto en las leyes como en la práctica. El numeral 9 consagró como deber de los Estados: “Garantizar la plena aplicación de los derechos humanos de las mujeres y las niñas como parte inalienable, integral e indivisible de todos los derechos humanos y libertades fundamentales”.

Para el desarrollo de esta investigación resulta relevante destacar lo dispuesto en el numeral 36 sobre el tratamiento de la mujer en los medios de comunicación, propósito que no se ha logrado cumplir y cuyo impacto será estudiado a la luz de la teoría de la dominación masculina:

---

<sup>9</sup> Las Naciones Unidas han organizado cuatro conferencias mundiales sobre la mujer, que se celebraron en Ciudad de México (1975), Copenhague (1980), Nairobi (1985) y Beijing (1995). A esta última le siguió una serie de exámenes quinquenales.

36. Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

En forma paralela a la construcción de estas herramientas jurídicas internacionales, cada Estado ha ido adoptando las medidas pertinentes para adecuar sus ordenamientos jurídicos internos, a la necesidad de proteger los derechos de la mujer. En Colombia, el artículo 13 de la Constitución Política consagra el derecho fundamental a la igualdad en general, mientras que el artículo 43, ubicado en el capítulo de derechos económicos, sociales y culturales, la ubica en el contexto de género:

Artículo 43. La mujer y el hombre tienen iguales derechos y oportunidades. La mujer no podrá ser sometida a ninguna clase de discriminación. Durante el embarazo y después del parto gozará de especial asistencia y protección del Estado, y recibirá de éste subsidio alimentario si entonces estuviere desempleada o desamparada. El Estado apoyará de manera especial a la mujer cabeza de familia.

En nuestro ordenamiento jurídico contamos además con dos normas encaminadas a contribuir con la reducción de la violencia de género: La Ley 1257 del 4 de diciembre de

2008, por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones, y la Ley 1761 del 6 de julio de 2015, también conocida como la Ley “*Rosa Elvira Cely*”, por la cual se crea el tipo penal de feminicidio como delito autónomo y se dictan otras disposiciones.

A pesar del evidente avance del reconocimiento de los derechos de la mujer, a través de normas tanto internacionales como nacionales, el escenario que nos muestra la realidad cotidiana evidencia que aún en el seno de la sociedad sigue arraigada la concepción patriarcal, según la cual el hombre tiene supremacía sobre la mujer. Un claro reflejo de ello son los continuos casos de violencia de género que son expuestos a la luz pública por los medios de comunicación, en todas las clases sociales y razas, sin contar con los casos que no son denunciados. Además, la mujer sigue siendo concebida como un objeto erotizado, concepto que se refuerza día a día por los pilares que conducen la publicidad y las nuevas tecnologías en el siglo XXI.

#### **5.4. Dominación masculina**

Es claro que la estructura social actual continúa su desarrollo y evolución sobre la base del sistema patriarcal, en el que el hombre tiene el rol dominante dentro de la familia y la comunidad en general, concepto que data de tiempos inmemoriales y evidencia la permanencia de un código de referencia casi inamovible en la mayoría de las civilizaciones.



Engels (1884) da una posible explicación al surgimiento de este fenómeno social, al señalar que la *gens* basada en el matriarcado, donde la descendencia se determinaba por la línea materna<sup>10</sup>, sufrió un duro golpe con la aparición de los conceptos de riqueza y propiedad privada, situación de orden social que determinó a la vez, la evolución del matrimonio por grupos al matrimonio sindiásmico y luego al monogámico, en el que el hombre adquirió un papel preponderante sobre el de la mujer en la familia, al ser el propietario de los medios de producción. Engels explica la desaparición del poder femenino en los siguientes términos:

El derrocamiento del derecho materno fue la gran derrota histórica del sexo femenino en todo el mundo. El hombre empuñó también las riendas en la casa; la mujer se vio degradada, convertida en la servidora, en la esclava de la lujuria del hombre, en un simple instrumento de reproducción. Esta baja condición de la mujer, que se manifiesta sobre todo entre los griegos de los tiempos heroicos, y más aún en los de los tiempos clásicos, ha sido gradualmente retocada, disimulada y, en ciertos sitios, hasta revestida de formas más suaves, pero no, ni mucho menos, abolida.

Resulta evidente entonces que uno de los componentes esenciales del sistema patriarcal es la dominación masculina, la cual presupone que las actividades y actitudes tanto de mujeres como de hombres están marcadamente diferenciadas por su género. A

---

<sup>10</sup>Engels explicaba la existencia del matriarcado en los siguientes términos: “Con arreglo al derecho materno, es decir, mientras la descendencia sólo se contaba por línea femenina, y según la primitiva ley de herencia imperante en la *gens*, los miembros de ésta heredaban al principio de su pariente gentil fenecido. Sus bienes debían quedar, pues, en la *gens*. Por efecto de su poca importancia, estos bienes pasaban en la práctica, desde los tiempos más remotos, a los parientes más próximos, es decir, a los consanguíneos por línea materna. Pero los hijos del difunto no pertenecían a su *gens*, sino a la de la madre; al principio heredaban de la madre, con los demás consanguíneos de ésta; luego, probablemente fueran sus primeros herederos, pero no podían serlo de su padre, porque no pertenecían a su *gens*, en la cual debían quedar sus bienes. Así, a la muerte del propietario de rebaños, estos pasaban en primer término a sus hermanos y hermanas y a los hijos de estos últimos o a los descendientes de las hermanas de su madre; en cuanto a sus propios hijos, se veían desheredados”.

diferencia de Engels, Bourdieu<sup>11</sup> (2000) se abstiene de abordar el estudio del origen de las estructuras de la división sexual desde una perspectiva histórica, en la medida que al hacer parte de estas estructuras de diferenciación por género, carecemos de la objetividad para tal propósito y en su lugar propone su análisis a partir de “categorías de entendimiento” (p. 17).

Bourdieu (2000) señala que el punto de partida para entender el concepto y las estructuras que nos diferencian a los hombres y a las mujeres enmarcados en la dominación masculina es analizar cuáles son aquellos elementos que se manifiestan desde el inconsciente androcéntrico y son visibles en diferentes estados de la sociedad, partiendo desde el mismo hombre y como la familia, el estado, la cultura, las instituciones educativas, entre otros espacios, enmarcan esta estructura donde el hombre es considerado el centro del universo.

La continuidad de la dominación masculina encuentra su eje central en la violencia simbólica, que para Bourdieu es un tipo de lenguaje e incluso es un estilo de vida, donde el hombre es el eje de las cosas y las mujeres giran en torno a este universo de forma predeterminada, consciente, poniéndose incluso de acuerdo para que esta figura no se pierda. Lo paradójico del asunto es que muy a pesar que este tipo de comportamiento implica que las mujeres sean menospreciadas, sometidas e incluso expuestas ante la

---

<sup>11</sup>Bourdieu no considera que las estructuras de dominación sean ahistóricas, sino que son el producto de un trabajo continuado y de reproducción, en el que confluyen agentes como los hombres (con la violencia simbólica y la violencia física como armas) y la familia, la iglesia, el estado y la escuela como instituciones. Cf. Bourdieu, P. (1977). Sur le pouvoir symbolique. En: Annales. Économies, Sociétés, Civilisations. 32<sup>a</sup> année, N. 3, pp. 405-411.

sociedad a través de los medios de comunicación, resultan normalmente vistos en los protocolos de conducta.

La violencia simbólica implica el uso de un código de comunicación implícitamente aceptado por el dominador y el dominado. Bourdieu (2000) lo explica de la siguiente forma:

Y siempre he visto en la dominación masculina, y en la manera como se ha impuesto y soportado, el mejor ejemplo de aquella sumisión paradójica, consecuencia de lo que llamo la violencia simbólica, violencia amortiguada, insensible, e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento. Esta relación social extraordinariamente común ofrece por tanto una ocasión privilegiada de entender la lógica de la dominación ejercida en nombre de un principio simbólico conocido y admitido tanto por el dominador como por el dominado, un idioma (o una manera de modularlo), un estilo de vida (o una manera de pensar, de hablar o de comportarse) y, más habitualmente, una característica distintiva, emblema o estigma, cuya mayor eficacia simbólica es la característica corporal absolutamente arbitraria e imprevisible, o sea el color de la piel (p. 12).

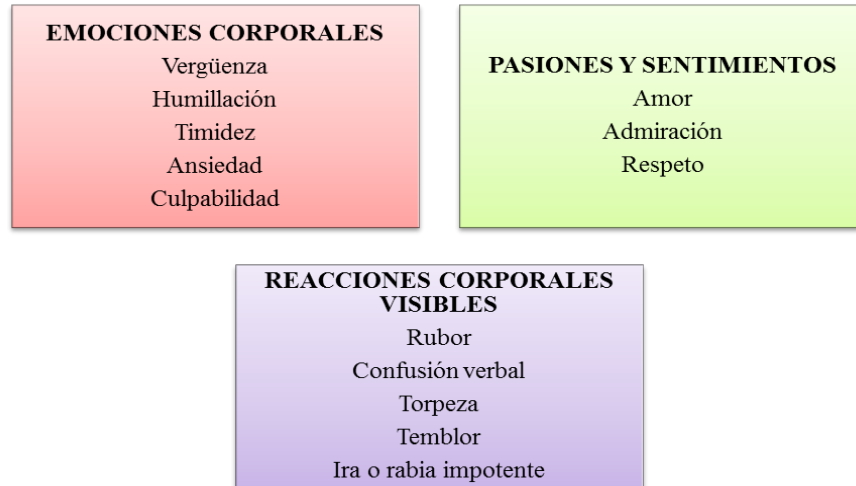
Para entender la lógica de la teoría de la dominación masculina que propone Bourdieu es necesario comprender que la violencia simbólica se evidencia a través de una serie de categorías, determinadas a partir de un sistema de oposiciones homólogas, donde se establece el posicionamiento superior del hombre sobre las mujeres. El poder del hombre sobre las féminas se refleja en hechos que podrían ser desestimados, pero que en el fondo son una simbología silenciosa y aceptada como natural. Bourdieu (2000) evidencia estas

categorías en las oposiciones de alto para el hombre, bajo para la mujer, derecha para el hombre, izquierda para las mujeres, delante para el hombre, atrás para la mujeres, entre otros ejemplos, en los que la supremacía del androcentrismo es evidente. Estas categorías “son construidas desde el punto de vista de los dominadores, haciéndolas aparecer de ese modo como naturales” (Bourdieu, 2000, p. 50).

Así mismo, es imperativo entender que el orden social es uno de los elementos silenciosos de la violencia simbólica, donde los roles que las mujeres desempeñan tienen ese matiz de inferioridad comúnmente aceptada, en contraste con el rol que desempeñan los hombres desde su estado androcéntrico:

El orden social funciona como una inmensa máquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya: es la división sexual de trabajo, distribución muy estricta de las actividades asignadas a cada uno de los dos sexos, de su espacio, su momento, sus instrumentos; es la estructura del espacio, con la oposición entre el lugar de reunión o el mercado, reservados a los hombres, y la casa, reservada a las mujeres, o, en el interior de ésta, entre la parte masculina, como del hogar, y la parte femenina, como el establo, el agua y los vegetales; es la estructura del tiempo, jornada, año agrario, o ciclo de vida, con los momentos de ruptura, masculinos, y los largos períodos de gestación, femeninos (Bourdieu, 2000, p. 22).

La violencia simbólica opera a partir de “la adhesión que el dominado se siente obligado a conceder al dominador (por consiguiente, a la dominación)” (Bourdieu, 2000, p. 51), relación que se mantiene a partir de reacciones propias del dominado, a veces inconscientes, tales como:



Muchas veces ésta ejerce su acción sobre una persona dominada, a pesar de que ésta viva un conflicto interior con las estructuras que impone la sociedad, es decir, con las categorías de dominación en las que debe encajar. Es de anotar que este efecto no se produce de manera consciente y lógica, “sino a través de los esquemas de percepción, de apreciación y de acción que constituyen los hábitos y que sustentan, antes que las decisiones de la conciencia y de los controles de la voluntad, una relación de conocimiento profundamente oscura para ella misma” (Bourdieu, 2000, p. 54).

Llama poderosamente la atención el enfoque con que Bourdieu (2000) analiza los conceptos de valentía, virilidad y seducción, como comportamientos que evidencian la existencia de la violencia simbólica. El primero de ellos lo concibe como una especie de cobardía, en la medida que el hombre que se califica a sí mismo como valiente, la mayoría de las veces realmente está luchando contra el miedo a ser categorizado como débil y femenino, por no realizar actos u oficios que generan admiración y reconocimiento en un grupo.

La virilidad la concibe como “un concepto eminentemente *relacional*; construido ante y para los restantes hombres y contra la feminidad, en una especie de *miedo* de lo femenino, y en primer lugar en sí mismo” (Bourdieu, 2000, p. 71), que refuerza el rol dominante del hombre. Por su parte, la seducción viene a ser una forma de reconocimiento de la dominación, que refuerza la relación de violencia simbólica entre el hombre y la mujer, cuyos efectos resultan palpables en la escasa representación de las mujeres en las posiciones de autoridad, escenario que ellas están tratando de modificar constantemente.

La dominación masculina tiene otro campo, centrado en el cuerpo, donde el falo toma protagonismo y la vagina es considerada como la que recibe y apaga el fuego. El deseo, las posiciones y la simbología de la sexualidad también forman parte de este contexto. En lo social el hombre está al frente mientras que la mujer no mira a los ojos, ni plantea posiciones, por ello afirma Bourdieu “que la posición considerada normal es lógicamente aquella en la cual el hombre «toma la iniciativa», «está arriba»” (p. 31).

Desde este enfoque, la dominación masculina tiene como efecto colocar a las mujeres en un estado permanente de inseguridad corporal, porque las convierte en objetos simbólicos, cuyo ser es percibido según las categorías determinadas por la sociedad. Bourdieu (2000) explica el alcance de este efecto en las mujeres en los siguientes términos:

Existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que *objetos* acogedores, atractivos, disponibles. Se espera de ellas que sean «femeninas», es decir, sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas, por no decir difuminadas. Y la supuesta “feminidad» sólo es a menudo una forma de complacencia respecto a las expectativas masculinas, reales o supuestas, especialmente en materia de incremento del ego (p. 86).

En la violencia simbólica opera una especie de poder hipnótico porque las relaciones no operan en el ámbito de la conciencia, sino a través de inclinaciones inconscientes entre dominante y dominado, que se perpetúan y transforman adaptándose a la estructura social, y “en especial de la estructura de un mercado de los bienes simbólicos cuya ley fundamental es que las mujeres son tratadas allí como unos objetos que circulan de abajo hacia arriba” (Bourdieu, 2000, p. 59). Con esta perspectiva, Bourdieu propone la hipótesis de que las mujeres piden a los hombres (y también, pero en segundo término, a las instituciones del «complejo moda-belleza») que les ofrezcan unos subterfugios para reducir su sentimiento de deficiencia corporal».

Para el desarrollo de esta investigación, con el objetivo de determinar los elementos de violencia simbólica presente en el discurso de los epígrafes y frases que acompañan las imágenes de mujeres erotizadas publicadas por el periódico Al Día en el año 2015, se agruparon varios componentes del lenguaje verbal y no verbal en cuatro categorías, así: Verbalización, lenguaje corporal, ubicación espacial y estética corporal.

La primera categoría encuentra su razón de ser en que la figura del hombre como el centro del universo, ejerce su hegemonía no solo desde su ubicación en un cargo público o una figura sobresaliente en la sociedad, sino también a través del verbo y la forma como usa las palabras, para que el proceso de dominación sea continuo. El uso del verbo permite ubicar el origen y el direccionamiento de los mensajes en referencia a lo que dice el hombre y porque la mujer, desde este punto de vista, para Bourdieu (2000) cumple su papel de dominada:

La acción psicosomática que conduce a la somatización de la ley se ejerce principalmente a través del que posee el monopolio de la violencia simbólica legítima (y no sólo del poder sexual) en el interior de la familia. Las palabras paternas tienen un efecto mágico de constitución, de nominación creadora, porque se dirigen directamente al cuerpo que, como recuerda Freud, toma al pie de la letra las metáforas; y si las «vocaciones» parecen habitualmente tan asombrosamente ajustadas a los lugares efectivamente accesibles (de acuerdo con el sexo, pero también con el rango de nacimiento y alguna otra variable), eso procede sin duda en buena parte del hecho de que, incluso cuando parecen obedecer únicamente a la arbitrariedad del capricho, los comentarios y las opiniones de la paterna potestas que contribuyen ampliamente a modelarlas emanan de un personaje construido a su vez por y para los dictados de la necesidad y llevado a partir de ahí a identificar el principio de realidad con el principio de placer. (p. 92)

La violencia simbólica ejercida por el hombre como dominador y aceptada de manera inconsciente por la mujer, como dominada, genera otra categoría. Desde el punto de vista del lenguaje corporal, las mujeres muestran a través de su cuerpo (una mirada seductora, una mirada indiferente, brazos cruzado, una actitud dando la espalda, de rodillas, entre otras), mensajes que invitan a la seducción, mecanismo que hace parte del proceso de dominación masculina, ya que la finalidad de juego corporal es para satisfacer el ego y el poder del hombre como única autoridad:

El cuerpo tiene su parte delantera, lugar de diferencia sexual, y su parte trasera, sexualidad indiferenciada, y potencialmente femenina, es decir, pasiva, sometida, como lo recuerdan, mediante el gesto o la palabra, los insultos mediterráneos (especialmente el famoso «corte de mangas») contra la homosexualidad, sus partes públicas, cara, frente, ojos, bigote, boca, órganos nobles representación de uno mismo en los que se condensa la identidad social, el



pundonor, el nif, que impone enfrentarse y mirar a los demás a la cara, y sus partes privadas, ocultas o vergonzosas, que el decoro obliga a disimular (p. 30).

La tercera categoría, esto es, la ubicación espacial encuentra su fundamento en la concepción del orden social que plantea Bourdieu, ya que permite ubicar que los espacios interiores son reservados exclusivamente para las mujeres, siendo este lugar donde ocupan su rol de dominadas, en contraste con la ubicación del hombre que es la figura que sale a trabajar, que sale al mercado y ocupa un lugar en la sociedad, de forma visible, para ejercer su hegemonía.

Lo anterior nos aproxima establecer las bases para la creación de la categoría de la estética corporal, teniendo en cuenta que el cuerpo de la mujer representa toda una simbología desde la teoría de la dominación masculina. El cuerpo de la mujer evidenciado como un objeto debe tener unas características que van desde su forma de vestir, los accesorios que utiliza, el tipo de raza, o color de cabello para que las mujeres se muestren sumisas, agraciadas, simpáticas y disponibles para el hombre. Bourdieu (2000) explica el alcance de esta categoría en la siguiente forma:

Las mujeres de la pequeña burguesía, de las que sabemos que llevan al extremo la atención a los cuidados corporales o a la cosmética y, en un sentido más amplio, la preocupación por la respetabilidad ética y estética, son las víctimas privilegiadas de la dominación simbólica, pero también los instrumentos más idóneos para transmitir sus efectos hacia las categorías dominadas.

Al estar como obsesionadas por la aspiración a identificarse con los modelos dominantes como lo demuestra su tendencia a la hipercorrección estética y lingüística-, son

especialmente propensas a apropiarse a cualquier precio, es decir, casi siempre a crédito, de las propiedades distinguidas por ser distintivas de los dominadores, y contribuyen a su dominación imperativa, a favor especialmente del poder simbólico circunstancial que puede garantizar a su proselitismo de recién conversas una posición en el aparato de producción o de circulación de los bienes culturales por ejemplo, en una revista femenina ( p. 125).

## **5.5. Componentes del discurso sobre la mujer en la prensa popular**

Para efectos de la comprensión de las diversas categorías del lenguaje verbal y no verbal incluidas en el documento de investigación, resulta necesario efectuar varias precisiones conceptuales.

Según su sintaxis los verbos se clasifican en transitivos, intransitivos y pronominales. Los verbos transitivos son aquellos que exigen la presencia de un complemento directo para tener un significado completo. Por su parte, los verbos intransitivos “son los que no llevan ni implícita ni explícitamente un objeto directo, pues no lo necesitan para tener un significado completo” (Montero, 2006). Los verbos pronominales también llamados reflexivos, son aquellos que “van siempre acompañados de los pronombres personales me, te, se, nos, os, se, concordando obligatoriamente con la persona del verbo” (García, Meilán & Martínez, 2004, p. 60).

Los verbos ser y estar son copulativos. Su misión en las oraciones, según el gramático Gili Gaya (1985) se reduce a servir de nexo entre sujeto y predicado, sin que añadan nada al significado. Ser aparece con predicados estables y permanentes, y se usa

para identificar, clasificar, definir y atribuir cualidades positivas o negativas; Estar, por su parte, se usa para hacer referencia a estados del sujeto o situaciones que son susceptibles de cambio. En tanto que ser establece una cualidad o clasificación propia del sujeto, estar indica una cualidad o clasificación adquirida.

El verbo hacer, de naturaleza transitiva, es uno de los que puede tener mayor variedad de significados, según el contexto en que aparece. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española ofrece 58 definiciones de éste, los cuales se pueden agrupar en 7 categorías: Creación, causación, tiempo, propiedad, adquisición, meteorología y apoyo para la formación de otros tiempos verbales. El significado más prototípico del verbo hacer es el de realización, siendo el menos marcado de los verbos de acción (Taracena, 2013).

En cuanto al tiempo verbal resulta importante precisar que este es uno de los morfemas del verbo que señala “el momento o época en que se produce la acción verbal” (De la Cueva et. al, 2009). Para cumplir esta función toma como referencia el acto del habla que se desarrolla en el presente. Por ello, si la acción se realizó antes de éste acto el tiempo verbal será pasado, mientras que si apenas se va a realizar el tiempo verbal será futuro. Es decir, existen tres tiempos verbales: Presente, pasado y futuro.

El presente se refiere a un intervalo amplio de tiempo en el que se desarrolla la acción, por lo que puede usarse para hacer referencia a hechos que están situados en un momento posterior o anterior a aquel en que se habla. Según Garcés (1997) existen 5

valores básicos o usos que se le puede dar al tiempo presente, específicamente en el modo indicativo, así:

- **Presente actual:** Se utiliza para expresar una acción que ocurre en el mismo momento en el que se la está mencionando; la misma puede ser corta o durar un cierto tiempo. Ejemplo: Yo canto hermoso.

- **Presente habitual:** Se refiere a una acción que se desarrolla de forma sucesiva en la medida que se estaba ejecutando antes de la enunciación del verbo y seguirá desarrollándose después, por ejemplo: Vivo en Barranquilla o estudio en la Universidad del Norte.

También se puede utilizar para hacer referencia a algún hecho o acción que se desarrolle ocasionalmente o con cierta frecuencia, aunque no se esté realizando cuando se enuncia el verbo, como por ejemplo: Todos los días dedica media hora a practicar piano.

- **Presente gnómico o atemporal:** Se usa para referirse a hechos que se desarrollan fuera de un tiempo determinado, expresando una sentencia, una verdad general o conocimiento, como por ejemplo: Los seres humanos no pueden volar o tres más tres son seis. También se recurre a éste para indicar hechos o acciones que tienen características definitivas o cuando se quieren expresar hechos que ocurren como resultado de una experiencia personal. Ejemplos: En verano hace mucho calor o las cucarachas me dan asco.

Resulta importante destacar que esta forma del presente se utiliza mucho en el periodismo, sobre todo en el gráfico, “para describir hechos que se presentan ante el lector” (Garcés, 1997). Por ejemplo: En la fotografía se observa una víctima del ataque en Niza.

- **Presente histórico:** Este se utiliza para expresar acciones que acontecieron en un tiempo pasado pero que al ser mencionadas en presente adquieren una cercanía con el momento actual. Esto se utiliza en la narración y en el lenguaje conversacional. Por ejemplo: Fiódor Mijáilovich Dostoyevski nace en Moscú el 11 de noviembre de 1821.

- **Presente con valor de futuro:** Indica una acción que ocurrirá en el futuro de forma segura, suele utilizarse para mencionar planes a futuro, por ejemplo: El martes no voy a estar porque viajo a la montaña.

Por su parte, el modo es la categoría gramatical que:

le concede a la acción verbal enunciada un determinado grado de realización: verbo pensado como una acción o fenómeno que se considera real, dudosa, posible, necesaria o deseada (...) El modo, por tanto, indica el punto de vista subjetivo, la actitud del hablante ante la acción verbal que se expresa (De la Cueva et. al, 2009).

Existen cuatro modos verbales en español: Indicativo, imperativo, subjuntivo y condicional. El modo indicativo enuncia como cierto lo expresado por el verbo (Araya, 2013), por ello se considera que a través de este se describe al mundo real.

El modo imperativo, por su parte, se emplea para expresar un mandato, exhortación, ruego o disuasión, para lo cual utiliza únicamente el tiempo simple (Araya, 2013). Según Padilla (2003), este modo “puede usarse de dos maneras: en segunda persona del singular y en segunda persona del plural”.

El modo subjuntivo se utiliza para expresar la actitud de la persona con respecto a alguien o algo, un deseo o sentimiento, una opinión impersonal, incertidumbre. El subjuntivo es llamado el modo de la irrealidad, porque, cuando el hablante lo utiliza, considera lo expresado por el verbo como posible, necesario o deseado. Por esta razón se ha dicho que es el modo de la representación mental (De la Cueva et. al, 2009).

Finalmente el modo condicional, que algunos tratan únicamente como un tiempo, indica siempre una acción futura respecto a otra. Se incluye como variante del modo indicativo, porque el hablante lo utiliza como expresión de una acción real.

Los sustantivos son palabras que designan seres u objetos materiales o inmateriales, es decir, nombres de cualquier cosa, persona, animal o concepto abstracto. Desempeñan la tarea más importante dentro del idioma, al denominar todos los seres que constituyen el universo. Según García, Meilán & Martínez (2004) los sustantivos son las únicas palabras que tienen la capacidad de funcionar solas, como sujeto y como complemento directo a la vez, como por ejemplo en las oraciones: Cae agua, vienen niños, compran víveres.

Los sustantivos se clasifican de acuerdo a diversos criterios como el género, el número, entre otros, así:

- a. **Femeninos y masculinos:** Son aquellos que se clasifican de acuerdo al género.
- b. **Singulares y plurales:** Son aquellos que se clasifican de acuerdo al número.
- c. **Abstractos y concretos:** Los primeros son aquellos que nombran ideas o sentimientos, que no pueden percibirse por nuestros cinco sentidos. Los segundos son aquellos que nombran seres u objetos que podemos ver, oír, tocar, oler, notar.
- d. **Contables e incontables:** Los sustantivos contables son aquellos que nombran seres u objetos que se pueden contar por unidad, mientras que los incontables son aquellos que nombran seres u objetos que no pueden contarse por unidades, pero si medirse a través de unidades métricas como horas, litros, metros, entre otros.
- e. **Individuales y colectivos:** Los sustantivos individuales son aquellos que nombran a un solo ser, mientras los colectivos son aquellos que denominan un conjunto de seres u objetos, dando la idea de pluralidad y tienen como referencia un grupo concreto de entidades, pero se escriben en singular.

Las metáforas son imágenes, conceptos o ideas que guardan entre sí una relación sutil que es convocada o sugerida cuando aparecen asociadas en un texto, y que produce relaciones impresionantes que redimensionan el significado literal de las palabras. El uso de este recurso literario es frecuente en las frases que acompañan imágenes de mujeres erotizadas toda vez que le permite cifrar mensajes eróticos, que tiene por objeto a la mujer, sin utilizar un lenguaje directo.

El lenguaje corporal es la gama de movimientos, posturas, poses y gestos que expresan el estado de ánimo, las intenciones, las emociones del emisor del mensaje. En

conexión con este concepto se encuentra que la Kinésica es la rama del conocimiento que estudia de manera sistemática los movimientos y posiciones corporales no orales, de percepción visual, auditiva o tangible, que poseen un valor fundamental en el proceso de comunicación no verbal (Poyatos, 1970).

Los ojos y la forma cómo éstos entran en contacto con el entorno u otros sujetos constituyen un elemento esencial en el lenguaje no verbal. Dentro del proceso de comunicación, la mirada cumple diversas funciones tales como buscar información, mostrar atención e interés, controlar la interacción, entre otras (Alemany, 2013).

## **5.6. El erotismo**

El erotismo es uno de los componentes más místicos de la vida sexual humana. A pesar de que en su acepción más general el erotismo se asocia con el amor y el placer sexual, en una perspectiva más profunda este concepto incluye, totaliza, une y humaniza lo sexual. Según López (2012) para Freud el erotismo se manifiesta a través de la libido y representa la pulsión de vida y de autoconservación que el ser humano tiene, opuesta, por supuesto, a la pulsión de muerte, de destrucción y agresión.

Para Kierkegaard (1976) el erotismo es una cualidad específica de las mujeres, pues este implica las emociones y desde el plano de la sensualidad considera a las mujeres superiores a los hombres, quienes pueden conducirlos a experiencias de conexión superior con el ser.



Batailles (2007) plantea un mayor debate al abordar el estudio del erotismo, al concebirlo como “uno de los aspectos de la vida interior del hombre (...) la actividad sexual del hombre, en la medida en que ésta difiere de la sexualidad animal”. Para este autor la actividad sexual es erótica “cada vez que no es rudimentaria, cada vez que no es simplemente animal”.

En su estudio Batailles (2007) describe los diversos elementos del contexto en el que se construyó el concepto de erotismo y lo ubica entre las prohibiciones y la transgresión a las mismas. Afirma que:

“el erotismo es una infracción a la regla de las prohibiciones: es una actividad humana (...) la esencia del erotismo se da en la asociación inextricable del placer sexual con lo prohibido. Hablamos de erotismo siempre que un ser humano se conduce de una manera claramente opuesta a los comportamientos y juicios habituales”.

Bajo esta concepción, para que exista una experiencia erótica, el hombre debe actuar transgrediendo las prohibiciones que ha impuesto la sociedad, tanto así que para Batailles el matrimonio viene a ser una institución que apaga la llama erótica, al ser una herramienta que legitima la relación sexual y trae consigo la rutina y la costumbre.

Para Batailles (2007) “la sexualidad física es al erotismo lo que el cerebro es al pensamiento”, es decir, el erotismo es un proceso que al igual que el pensamiento, requiere del desarrollo de ciertas habilidades y elementos para conseguir el propósito deseado. Así como todos los seres humanos no son pensantes, podría decirse que no todos los seres

humanos logran ser eróticos, máxime con el componente sublime y de separación de la animalidad que llega a tener este concepto.

Una de las complejidades que implica el estudio del erotismo es su confusión con el concepto de pornografía. Hay una línea muy delgada que los separa, que ni los más grandes científicos se han atrevido a determinar con claridad. Al respecto, Doluca afirma que “cuando el sexo triunfa, comienza la pornografía y cesa el erotismo, que ya no tiene razón de ser”.

Al igual que en la concepción de Kierkegaard, en Batailles la mujer es el punto de partida del erotismo, ya que esta se propone como objeto al deseo agresivo de los hombres. Sobre la mujer como objeto erótico dice:

La desnudez, opuesta al estado normal, tiene ciertamente el sentido de una negación. La mujer desnuda está cerca del momento de la fusión; ella la anuncia con su desnudez. Pero el objeto que ella es, aun siendo el signo de su contrario, de la negación del objeto, es aún un objeto. Esa es la desnudez de un ser definido, aunque anuncie el instante en que su orgullo caerá en el vertedero indistinto de la convulsión erótica. De entrada, esa desnudez es la revelación de la belleza posible y del encanto individual. Es, en una palabra, la diferencia objetiva, el valor de un objeto comparable a otros objetos (Batailles, 2007).

Finalmente para efectos del desarrollo de investigación, resulta importante abordar la relación entre erotismo y belleza en la teoría de Batailles (2007):

“la belleza de la mujer deseable anuncia sus vergüenzas; justamente, sus partes pilosas, sus partes animales. El instinto inscribe en nosotros el deseo de esas partes. Pero, más allá del

instinto sexual, el deseo erótico responde a otros componentes. La belleza negadora de la animalidad, que despierta el deseo, lleva, en la exasperación del deseo, a la exaltación de las partes animales”.

Quiere decir lo anterior que una mujer será bella, desde una perspectiva erótica, siempre que exponga sus partes íntimas o su postura corporal lleve a despertar el deseo del hombre por poseerlas, efecto que sin duda alguna se logra en las imágenes que constituyen la muestra de la investigación.

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Enfoque**

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, toda vez que a partir del empleo de herramientas de análisis del lenguaje erotizado de las imágenes que publicó el periódico popular Al Día de la ciudad de Barranquilla durante el año 2015, se busca establecer si en este discurso están presente elementos de violencia simbólica, bajo la perspectiva de la teoría de la dominación masculina propuesta por Pierre Bourdieu, y su posible incidencia como generador de violencia de género.

### **6.2. Técnica**

La técnica aplicada para la recolección de información es el análisis de contenidos. Krippendorff (1980) lo define como “la técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto”. Es una forma de recolectar datos a partir del análisis y cuantificación de los diversos elementos que integran la comunicación humana, ya sea verbal, corporal, por signos o por cualquier canal posible. Según Porta & Silva (2003), el análisis de contenidos “se configura, como una técnica objetiva, sistemática, cualitativa y cuantitativa que trabaja con materiales representativos, marcada por la exhaustividad y con posibilidades de generalización”.

En esta investigación el análisis de contenido se realizó sobre el lenguaje erotizado, verbal y no verbal, encontrado en una muestra representativa de las imágenes de mujeres desnudas y semidesnudas, que publicó el periódico popular Al Día de la ciudad de Barranquilla durante el año 2015.

### **6.3. Procedimiento**

Para la recolección de la información se desarrolló el siguiente procedimiento:

1. Se determinaron los objetivos de la investigación.
2. Se determinó el universo que se pretende estudiar: Las imágenes de mujeres desnudas y semidesnudas que publicó en su página central, el periódico Al Día de la ciudad de Barranquilla durante el año 2015.
3. Se eligió el documento de investigación: Una matriz que agrupara las diferentes categorías del lenguaje, que se pudieran encontrar en las imágenes de mujeres desnudas y semidesnudas que publicó en su página central, el periódico Al Día de la ciudad de Barranquilla durante el año 2015, facilitando la identificación de los elementos de violencia simbólica.
4. Se determinaron las unidades de análisis: Para el desarrollo de la investigación se seleccionaron como unidades de análisis las frases o epígrafes erotizados que acompañan las fotografías de las mujeres que aparecen en las páginas centrales del periódico popular Al Día de la ciudad de Barranquilla, durante el año 2015.
5. Se categorizaron las unidades de análisis: Luego de incluir los campos para el número de edición y las frases, en la matriz de investigación se incluyeron las siguientes categorías y subcategorías:

**a. Categoría Verbalización:**

- Subcategoría verbo dominante: Acción principal en la oración.
- Subcategoría tiempo: Espacio temporal de la acción verbal.
- Subcategoría modo: Grado de realización de la acción.
- Subcategoría uso del sustantivo: Palabras que designan personas, seres o cosas.
- Subcategoría acción sugerida: Movimiento que se insinúa a partir del lenguaje de la frase.
- Subcategoría uso metafórico: Identificación del uso de la metáfora como figura literaria.
- Subcategoría direccionamiento del mensaje: Identificación del destinatario del mensaje transmitido en la frase.

**b. Categoría Lenguaje Corporal:**

- Subcategoría símbolo kinésico de pureza/impureza: Postura corporal de la mujer que aparece en la imagen.
- Subcategoría exposición del cuerpo: La mujer está desnuda, semidesnuda o vestida.
- Subcategoría objeto en la mano: Identificación del objeto que sostiene la mujer en la mano, como componente de su lenguaje no verbal.
- Subcategoría símbolo oculésico: Identificación del uso de la mirada, en forma directa, de reojo o su ausencia.

**c. Categoría Ubicación Espacial:**

- Subcategoría interior/exterior: Determinación del espacio en que fue capturada la imagen a partir de categorías homólogas.

- Subcategoría ubicación: Identificación del lugar preciso en que fue capturada la imagen.

**d. Categoría Estética Corporal:**

- Subcategoría tez: Se refiere al color de la piel de la modelo.
- Subcategoría cabello: Color y forma de presentación del cabello de la modelo.
- Subcategoría ropa interior: Color de las prendas íntimas que utiliza la mujer de la imagen.
- Subcategoría forma corpórea: Identificar si la modelo es voluptuosa o de figura ligera.

6. Se determinó su fiabilidad y validez.

7. Se sistematizaron los datos.

8. Se interpretaron los hallazgos.

#### **6.4. Población**

Se determinó como población todas las ediciones del periódico popular Al Día, publicadas durante el año 2015.

#### **6.5. Muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la técnica del muestreo no probabilístico de las semanas compuestas, lo que al final permitió una muestra de 50 periódicos.

Para el desarrollo de la investigación se excluyeron los sábados y domingos, teniendo en cuenta que en esas fechas las páginas centrales son dedicadas a otros contenidos.

**Cuadro No. 1**  
**Muestreo no probabilístico de semanas compuestas**  
**Enero- Diciembre de 2015**

<b>MES</b>	<b>SEMANA 1</b>	<b>SEMANA 2</b>	<b>SEMANA 3</b>	<b>SEMANA 4</b>	<b>SEMANA 5</b>
<b>ENERO</b>	V2	L12	W14	J15	
<b>FEBRERO</b>	W18	J19	M24	V27	
<b>MARZO</b>	L9	J12	L23	M31	
<b>ABRIL</b>	W8	J16	V24		
<b>MAYO</b>	L4	J7	L11	L18	W27
<b>JUNIO</b>	W3	J11	V19	J25	L29
<b>JULIO</b>	W1	L6	L13	M21	W29
<b>AGOSTO</b>	J6	V14	L24	L31	
<b>SEPTIEMBRE</b>	L7	M15	M23		
<b>OCTUBRE</b>	J1	W7	L12	V16	L26
<b>NOVIEMBRE</b>	L2	M10	V20	J26	
<b>DICIEMBRE</b>	V4	V11	L21	L28	



## **7. RESULTADOS**

### **7.1. Categoría Verbalización**

#### **7.1.1. Sub categoría Verbo dominante**

Los verbos ser y estar son los que más aparecen en la subcategoría verbo dominante con seis (6) frases.

En la frase “¡Este mes y todo el año es para ti, mi amor!”, el verbo ser en tercera persona cumple la función de atribuirle a la mujer una cualidad positiva, que consiste en hacerse dueña de un mes específico y de todo el año en general para una actividad implícita en el subtexto dado por la imagen.

Y tanto en “¡Ahí es un poco incómodo!” y “¡Atrévete, no seas miedosa!”, el verbo se utiliza para identificar cualidades del sujeto, esto es, la mujer, en una situación específica y permanente: La incomodidad en la primera y el miedo en la segunda.

El verbo hacer aparece en tres (3) frases: “¡Se me hace agua la boca!”, “¡Qué hacemos con este calor!” y “¡Hazlo de una vez por todas!”, en las que tiene la connotación de creación, realización de algo, en la medida que indica la producción de un efecto o situación determinada. En la primera frase quien realiza la acción es el sujeto que la escribe; en la segunda la acción es plural e incluye al lector, mientras que en la tercera recae sobre la mujer que aparece en la imagen.

Esta segunda ubicación en la subcategoría verbo dominante, es compartida con el verbo ir, que es de naturaleza intransitiva por cuanto no requiere de un complemento directo para significar algo. Según el DRAE ir significa “moverse de un lugar hacia otro apartado de la persona que habla. Denota la actual y progresiva ejecución de una acción”.

Esta acción aparece conjugada en las siguientes oraciones: “¡Vamos a celebrar ese triunfo!”, “¿Así te vas para la playa?” y “¡No vamos a despertar a nadie!”. En la primera y en la tercera frase aparece conjugado en tiempo presente, en la primera persona plural, incluyendo de esta forma al lector en la interacción con la imagen y la simbología que ésta implica, mientras que en la segunda aparece conjugado también en tiempo presente, pero en segunda persona singular, dirigiendo la acción únicamente a la mujer que aparece en la imagen.

El verbo necesitar, también transitivo, es el tercer verbo dominante más destacado en la matriz, con dos (2) apariciones en las frases: “¡No necesitas más aumento!” y “¡Esa planta necesita hidratación!”. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE en adelante) define el verbo necesitar como “Tener necesidad de alguien o algo”. Por su parte, el vocablo necesidad tiene varias connotaciones dependiendo del contexto, entre las que se puede destacar la que la define como “la falta de objetos o afectos de índole emocional que son imprescindibles para subsistir o la carencia de productos nutritivos o de bien primario que provocan hambre o desequilibrio físico de algún tipo”.

Quiere decir lo anterior que el uso del verbo necesitar en la primera frase citada, es decir, “¡No necesitas más aumento!”, cumple la función de indicar que las proporciones de la mujer de la imagen están acordes con las expectativas del público por lo que no requieren variación. En contraste, en la segunda frase el verbo necesitar se incluye con la connotación de la falta de hidratación de una planta, que aparece tatuada en el cuerpo de la modelo.

Los demás verbos dominantes encontrados en las frases que componen la muestra pueden clasificarse en tres grupos, teniendo en cuenta la división de los verbos según la sintaxis en transitivos, intransitivos y pronominales.

<b>Transitivos</b>		<b>Intransitivos</b>	<b>Pronominales</b>
Agarrar	Imaginar	Bajar	Arriesgar
Atrapar	Levantar	Encantar	Atrever
Burlar	Limpiar	Llegar	Permitir
Dar	Mostrar	Quedar	Sentar
Decir	Pasar	Salir	
Dejar	Pensar	Venir	
Desear	Picar		
Embrujar	Poder		
Ensillar	Querer		
Entregar	Tener		
Esperar	Voltear		

#### **7.1.1.1. Verbos transitivos**

El verbo agarrar aparece en la frase “¡Agárralas bien pa' que no se caigan!”, acompañado de la imagen de una mujer que posa sus manos sobre sus senos. Según el

DRAE este verbo significa “Asir fuertemente. Coger, tomar”. Es decir que su inclusión en la misma indica que la mujer que aparece en la imagen debe sujetar fuertemente sus senos, expresión que tiene un doble sentido, como se analizará más adelante.

En la oración “¡Atrápame en tu red, mamacita!”, el verbo atrapar significa “agarrar, alcanzar o apresar a alguien o algo que huye, se mueve o se escapa”. Al incorporar en su estructura morfológica el pronombre reflexivo me, el sujeto de la acción de atrapar es la mujer erotizada, es decir, es ella quien debe realizar la acción de apresar al lector, creando evidentemente con ello un escenario de interacción.

Siguiendo el orden de los verbos transitivos relacionados previamente, se observa que el verbo burlar tiene varios significados, tales como “Esquivar a quien va a impedir el paso o a detenerlo, o frustrar, desvanecer la esperanza, el deseo, etc., de alguien” (DRAE). Sin embargo, por el contexto en que aparece en la frase “No te burles de los que se ahogaron, mami”, éste además de ser transitivo asume el carácter de pronominal, queriendo significar “Hacer burla de alguien o algo”. Quiere decir que el verbo burlar cumple la función de generar una invitación a la mujer de no hacer burla de alguien, en este caso, de los que se ahogaron, expresión popular que se utiliza para designar a los candidatos de un proceso de elección popular que no consiguen el cargo al que aspiraban.

En la frase “¡La cuota inicial del aguinaldo!”, el verbo dominante dar aparece de manera implícita, en la medida que el objetivo de la misma es insinuar que la mujer se entregará como cuota inicial de un regalo de navidad. El verbo dar se utiliza para identificar

la acción de poner a disposición de una persona o una cosa algo material o inmaterial, especialmente si lo necesita o le conviene.

En la frase “¡Con esa cara me lo dices todo!”, el verbo decir como dominante tiene la connotación de “Denotar algo o dar muestras de ello”. Hay un mensaje que muestra la mujer mediante un lenguaje no verbal, en este caso, específicamente con la expresión de su cara.

El siguiente verbo transitivo, dejar, aparece en dos frases: “¡Así no te dejo salir ni con hábeas corpus!” y “¡Déjame la puerta abierta esta noche!”. En la primera oración significa “Consentir, permitir, no impedir” (DRAE) y aparece conjugado en la primera persona del singular, por lo que el sujeto de la acción puede ser el autor de la frase o el lector que la recita.

En la segunda oración significa “Poner o colocar a una persona o cosa en el lugar o de la manera que se desea, le corresponde o le conviene” y evidencia una instrucción dirigida a la mujer que aparece en la imagen, de colocar la puerta en la posición de estar abierta, disponible para el acceso del lector, creando nuevamente un escenario de interacción.

El verbo desear, por su parte, aparece en la frase “Deseas que el tigre Falcao la meta”. Según el DRAE significa “Aspirar con vehemencia al conocimiento, posesión o disfrute de algo”. Su uso en la frase tiene la función de radicar en cabeza de la mujer que

aparece en la imagen una aspiración vehemente, que en este caso es ubicada con una frase de doble sentido, como se verá más adelante.

En la frase “¡Me embrujas ... y aún no es 31!”, el verbo embrujar antes que hacer referencia a prácticas supersticiosas o maléficas, significa “Ejercer una gran fascinación o atracción sobre alguien” (DRAE). Al aparecer acompañado del pronombre reflexivo me y conjugado en primera persona del singular, una vez más el sujeto de la acción es el lector.

Otro de los verbos transitivos que aparece en la muestra analizada es ensillar, que significa “Poner la silla de montar a un caballo u otra caballería” (DRAE). Al incluirse en la frase “¡Ensilla la bestia, vaquerita!”, éste aparece conjugado en primera persona del singular, lo que implica que el sujeto de la acción es la mujer que aparece en la imagen; el objeto directo de la misma es la bestia, expresión que aparentemente se refiere a un caballo, pero que realmente representa a un hombre.

Por su parte, el verbo entregar que está incluido en la frase “¡Con tu entrega me derrito!”, significa “Dar algo a alguien, o hacer que pase a tenerlo” (DRAE). El sujeto de la frase es el lector o el autor de la misma, queriendo expresar con ello a la mujer que sus acciones y movimientos eróticos tendrán el efecto de derretirlo, verbo que debe interpretarse de manera figurada.

En la frase “¡Espérame que yo te caigo!”, el verbo esperar significa “Permanecer en sitio adonde se cree que ha de ir alguien o en donde se presume que ha de ocurrir algo”

(DRAE). Una vez más, el autor de la frase o el lector viene a ser el sujeto de la acción, que recae sobre la mujer, generando un escenario de interacción.

Cuando en la frase “¡Ni te imaginas lo que pasará!” se incluye el verbo imaginar conjugado en segunda persona del singular, el sujeto de la acción viene a ser la mujer de la imagen, con la connotación de que aparentemente ésta no alcanza a representar en su mente lo que va a suceder, más su forma de vestir y la posición de su cuerpo denotan que si conoce el acontecimiento subsiguiente.

Continuando con el análisis de los resultados en ésta subcategoría, se observa que el verbo levantar es utilizado en la frase “¡Levanta las manos, cosita rica!”, acompañado de la imagen de una mujer que tiene las manos sobre sus senos voluptuosos. Lo que significa que la orden que le da el lector o el autor de la frase, de mover sus manos, sugiere una vez más una interacción directa con la mujer objeto de deseo.

En la frase “¿Y ahora quién te limpia, mamita?”, el verbo limpiar aparece conjugado en la segunda persona del singular, en forma interrogativa, con la connotación de “Quitar la suciedad o inmundicia de alguien o de algo”. Su función es generar un mensaje sugestivo frente a la imagen.

El siguiente verbo transitivo encontrado es mostrar que significa “Manifestar o poner a la vista algo, o enseñarlo o señalarlo para que se vea”. Cuando el creador de la frase dice “¡Muéstrame lo que hay en tu corazón!”, se refiere a una parte de la mujer que él quiere conocer y no es precisamente el corazón sino sus senos.

El verbo pasar, en su forma transitivo, aparece en la frase “¿Paso por ahí, mamacita?”, con la connotación de cruzar de una parte a otra. De esta forma, el escritor de la frase genera un juego de palabras o coqueteo con la mujer de la imagen.

Según el DRAE, el verbo pensar significa “Examinar mentalmente algo con atención para formar un juicio”. Sin embargo, en la frase “¡Por qué lo piensas tanto!” tiene una función contraria a su connotación, en la medida que constituye una invitación para la mujer a realizar de manera inmediata una acción concreta, de carácter sensual, sin que medie un proceso de razonamiento.

En la frase “¡Cuidado te pica el zika!”, el verbo picar significa “Pinchar una superficie con un instrumento punzante”. Quiere decir que la mujer de la imagen, cuyo cuerpo está expuesto, debe tener cuidado con las picaduras del mosquito transmisor del virus del zika, término que debe interpretarse en sentido figurado.

En las frases “Tú lo que quieres es que te coma el tigre...” y “¿Te quieres despelucar?”, el verbo querer, en su forma transitiva, significa “Desear o apetecer. Amar, tener cariño, voluntad o inclinación a alguien o algo”. El concepto del escritor en estas frases nos da a entender que la acción que desarrolla la mujer en la imagen la hace tan irresistible que lo único que genera es deseo.

El siguiente verbo dominante en el análisis es tener, que en su forma transitiva aparece en las siguientes frases “¡A tu lado no tendría tanto calor!” y “¡Tengo la cura pa’



ese dolor de muelas!”. Según el DRAE éste significa “estar en precisión de hacer algo u ocuparse en ello”. En la primera frase, el autor que la mujer le ofrece un espacio o estado para sentirse a una temperatura más confortable. En la segunda frase, por su parte, el verbo significa “poseer (tener en su poder)”, denotando que el hombre tiene la capacidad de quitarle ese dolor con métodos que no están dentro de las aplicaciones de la odontología.

Finalmente, se encuentra que el verbo voltear aparece en la frase: “¡Voltea y te sorprenderás!”. Según el DRAE, este significa “volver algo de una parte a otra hasta ponerlo al revés de cómo estaba colocado”. El uso del verbo en esta oración nos da a entender que cuando la mujer gire y tenga contacto con el autor, este tendrá la capacidad histriónica de sorprenderla, no propiamente con un comportamiento formal.

#### **7.1.1.2. Verbos intransitivos**

El verbo encantar aparece en la frase “¡Cómo te encanta el verde!”. Según el DRAE, desde esta clasificación, significa “Gustar en gran medida, agradar mucho”. Su uso en la frase tiene la función de evidenciar el agrado de la modelo por el color verde y a su vez el autor sugiere que la escogencia de ese color resaltará su belleza, lo que se traduce en que puede ser deseada como un objeto sexual.

El verbo pasar, en su forma intransitiva, aparece en la frase “¡El otro puente festivo lo paso contigo!”, con la connotación de ocupar el tiempo. Cumple la función de afirmar a la mujer que contará con la compañía del creador de la frase o del lector, quien ocupará su tiempo con ella.

En la frase “¡Así puedes perder hasta las eliminatorias!”, se utiliza el verbo poder conjugado en la segunda persona del singular, para indicar que por las condiciones de la mujer de la imagen existe la posibilidad de que suceda algo, inclusive hasta las eliminatorias.

En la siguiente frase del análisis “No te quedes de brazos cruzados”, se incluye el verbo quedar en su forma intransitiva, que según el DRAE significa “Estar, detenerse forzosa o voluntariamente en un lugar. Subsistir, permanecer o restar parte de algo”. Nos hace entender que el autor sugiere que la mujer de la imagen con sus atributos no puede quedarse en ese estado, dándonos a entender que con ese cuerpo es imposible permanecer inmóvil.

El verbo salir, en la frase “¡Ya puedes salir a buscarme!”, en su forma intransitiva, significa “Pasar de dentro afuera”. Esta acción indica que la mujer objeto de deseo es la que tiene que abandonar su estado para ir al encuentro del hombre que posiblemente tendrá intenciones de tener un encuentro sexual, aunque la frase explícitamente no lo demuestre.

En las frases “¡Ven y te quito ese aburrimiento, mami!” y “¡Vente de paseo conmigo, monita!”, el verbo dominante es venir, que significa “Dicho de una persona o de una cosa: Llegar a donde está quien habla”. En la primera frase el uso de este verbo da a entender que tanto el lector como el autor tienen las capacidades para atender el estado de aburrimiento de la mujer, con elementos que sugieren un encuentro sexual. En la segunda

frase, el autor nos da a entender que el hombre invita a la mujer a acompañarlo para pasar un momento agradable.

#### **7.1.1.3. Verbos pronominales**

Por su parte, en la frase “¡Arriégate, cosita rica!” aparece el verbo arriesgar, que significa “exponer a una persona o cosa a un riesgo o ponerlos en peligro”. Este verbo está utilizado en forma pronominal, invitando con ello a la mujer de la imagen a asumir un riesgo, de carácter sexual por la connotación que tiene el sustantivo que lo acompaña, lo que se confirma además con la posición corporal de la modelo y otros elementos de la imagen.

El verbo permitir, por su parte, aparece conjugado en forma pronominal, en la frase “¡Permítame una requisa, señorita!”. El significado que nos muestra el DRAE de este verbo es “Tener los medios o tomarse la libertad de hacer o decir algo”. Su uso en esta frase da a entender que el creador de la frase, en conjunto con los demás elementos de la imagen, quiere utilizar la requisa como excusa para tocar el cuerpo de la mujer erotizada.

El verbo sentar, en la frase “¡Siéntate aquí, mi amor!", aparece en su forma pronominal significando “Establecerse o asentarse en un lugar; Poner o colocar a alguien en una silla, banco, etc., de manera que quede apoyado y descansando sobre las nalgas”. Tanto el autor como el lector tienen la posibilidad de dar una orden a la mujer de la imagen, de establecerse en un lugar determinado, con el fin de satisfacer una necesidad.

### 7.1.2. Sub categoría tiempo

Dentro de la matriz se encontraron diecisiete (17) frases en tiempo presente actual, toda vez que se refieren a acciones que ocurren en el mismo momento de la enunciación:

¡Se me hace agua la boca!
¡No necesitas más aumento!
¡Con tu entrega me derrito!
¡Cómo te encanta el verde!
¡Tengo la cura pa' ese dolor de muelas!
Tú lo que quieres es que te coma el tigre...
Deseas que el tigre Falcao la meta
No te burles de los que se ahogaron, mami
¿Y ahora quién te limpia, mamita?
¡Así no te dejo salir ni con hábeas corpus!
¡Esa planta necesita hidratación!
¡Ya casi llegan las primas!
¡Ni te imaginas lo que pasará!
¡Me embrujas... y aún no es 31!
¡No vamos a despertar a nadie!
¡Cuidado te pica el zika!

¡La cuota inicial del aguinaldo!
----------------------------------

La frase “¡Este mes y todo el año es para ti, mi amor!” se encuentra conjugada en la modalidad del tiempo habitual porque la acción de que el año sea para la mujer de la imagen, se desarrollará durante un espacio de tiempo continuo.

Así mismo, dentro del análisis realizado se encontraron ocho (8) frases conjugadas en tiempo presente gnómico o atemporal por referirse a hechos que se desarrollan fuera de un tiempo determinado:

¡Uff, con este calor es mejor estar así!
¡Ahí es un poco incómodo!
¡Qué hacemos con este calor!
¡Así puedes perder hasta las eliminatorias!
¿Te quieres despelucar?
¿Así te vas para la playa?
¡Con esa cara me lo dices todo!
¿Paso por ahí, mamacita?

La frase “¡El otro puente festivo lo paso contigo!” está conjugada en tiempo presente con valor de futuro, permitiendo con ello nombrar la probabilidad de ocurrencia de una acción, que en este caso corresponde a pasar los días de un puente festivo con la mujer de la imagen.

Llama la atención la ausencia de conjugaciones de los verbos en tiempo pasado o pretérito, ya que este se utiliza para indicar que una acción fue desarrollada y que no tiene un vínculo necesario con lo que se realiza en el presente.

Con ello queda claro que el uso del tiempo verbal presente en las frases que acompañan las imágenes de mujeres erotizadas, se convierte casi que en una necesidad ineludible, toda vez que se necesita generar en el lector la sensación de que puede acceder a la mujer como objeto de deseo desde el momento actual y hacia el futuro, siempre disponible.

De igual forma, resulta destacable el uso del tiempo verbal futuro en la frase “¡No será una inocentada, monita!”, ya que, al entender que el tiempo futuro es una probabilidad o un hecho que podría ser realizable, la frase conjugada en forma negativa, connota una especie de sentencia de que no será una mentira el encuentro con la mujer que aparece en la imagen.

### **7.1.3. Sub categoría Modo**

#### **7.1.3.1. Modo indicativo**

El modo indicativo aparece en veintiocho (28) de las cincuenta (50) oraciones analizadas. El uso frecuente de este modo en las frases que acompañan las imágenes de mujeres erotizadas encuentra su razón de ser en que para lograr la atención y atracción del

lector, es necesario generarle la creencia de que en realidad puede tener acceso a la mujer de la imagen, como su objeto de deseo.

Las frases encontradas en modo indicativo son las siguientes:

¡Se me hace agua la boca!
¡No necesitas más aumento!
¡Este mes y todo el año es para ti, mi amor!
¡Con tu entrega me derrito!
¡Uff, con este calor es mejor estar así!
¡Cómo te encanta el verde!
¡Tengo la cura pa' ese dolor de muelas!
Tú lo que quieres es que te coma el tigre ...
¡Ahí es un poco incómodo!
¡Qué hacemos con este calor!
Deseas que el tigre Falcao la meta
¡Así puedes perder hasta las eliminatorias!
No te burles de los que se ahogaron, mami
¿Y ahora quién te limpia, mamita?
¿Te quieres despelucar?
¿Así te vas para la playa?
¡Así no te dejo salir ni con hábeas corpus!
¡El otro puente festivo lo paso contigo!

¡Esa planta necesita hidratación!
¡Ya casi llegan las primas!
¡Ni te imaginas lo que pasará!
¡Con esa cara me lo dices todo!
¿Paso por ahí, mamacita?
¡Me embrujas ... y aún no es 31!
¡No vamos a despertar a nadie!
¡Cuidado te pica el zika!
¡La cuota inicial del aguinaldo!
¡No será una inocentada, monita!

### 7.1.3.2. Modo imperativo

El modo imperativo aparece en segundo lugar con veinte (20) frases, en las se incluyen órdenes para las modelos:

¡Muéstrame lo que hay en tu corazón!
¡Siéntate aquí, mi amor!
¡Permítame una requisa, señorita!
¡Voltea y te sorprenderás!
¡Atrévete, no seas miedosa!
¡Atrápame en tu red, mamacita!
¡Vamos a celebrar ese triunfo!
¡Ven y te quito ese aburrimiento, mami!



¡Agárralas bien pa' que no se caigan!
¡Vente de paseo conmigo, monita!
¡Hazlo de una vez por todas!
¡Ya puedes salir a buscarme!
¡Arriésgate, cosita rica!
¡Ensilla la bestia, vaquerita!
¡Por qué lo piensas tanto!
¡Déjame la puerta abierta esta noche!
¡Baja un poquito más esos deditos!
¡Atrévete, no te vas a arrepentir!
¡Levanta las manos, cosita rica!
¡Espérame que yo te caigo!
¡Muéstrame lo que hay en tu corazón!
¡Siéntate aquí, mi amor!
¡Permítame una requisa, señorita!
¡Voltea y te sorprenderás!

Por ejemplo, en la frase “¡Vamos a celebrar ese triunfo!”, la orden que se imparte a la mujer es ir a celebrar el triunfo en compañía de, sin dar espacio a que ella elija si quiere o no hacerlo. En la frase “¡Ensilla la bestia, vaquerita!”, la orden consiste en instalar la silla de montar en un animal que califica como bestia.

### 7.1.3.3. Modo subjuntivo

Este modo aparece únicamente en la frase “No te quedes de brazos cruzados”, expresando un pedido o sugerencia de parte del creador de la frase hacia la mujer, en el sentido de modificar la posición de sus brazos dejando al descubierto sus pechos.

#### 7.1.3.4. Modo condicional

El modo condicional aparece únicamente en la frase “¡A tu lado no tendría tanto calor!”, haciendo referencia a un futuro hipotético. El modo expresa la posibilidad de que la sensación de calor del lector se reduzca si se concretara la posibilidad de compartir con la modelo de la imagen.

#### 7.1.4. Sub categoría uso del sustantivo

A pesar de la importancia que tiene el sustantivo en el idioma español, doce (12) de las frases analizadas no utilizaron este componente gramatical, es decir, que sólo treinta y ocho frases (38) serán objeto de análisis en esta subcategoría. En contraste con esta situación, se encontró que en doce (12) de las frases de la muestra se utilizó más de un sustantivo, como por ejemplo:

¡Se me hace <b>agua</b> la <b>boca</b> !
¡Este <b>mes</b> y todo el <b>año</b> es para ti, mi <b>amor</b> !

¡Vente de <b>paseo</b> conmigo, <b>monita</b> !
¡Déjame la <b>puerta</b> abierta esta <b>noche</b> !

El sustantivo más utilizado fue calor con tres (3) apariciones en frases como: “¡A tu lado no tendría tanto calor!”, “¡Uff, con este calor es mejor estar así!”, “¡Qué hacemos con este calor!”. Este sustantivo es definido por la RAE como la “sensación que se experimenta ante una elevada temperatura”.

Se destacan también los sustantivos cosita rica, mamacita, mami y monita que aparecen en dos (2) frases cada uno, como por ejemplo: “No te burles de los que se ahogaron, mami”, “¡Arriégate, cosita rica!”, “¡Atrápame en tu red, mamacita!”, “¡Vente de paseo conmigo, monita!”. El uso de los sustantivos mami y mamacita encuentra su razón de ser en los rezagos del conflicto de Electra que viven los hombres con sus respectivas madres, durante la primera infancia y tiene la connotación de que la mujer es deseada. El empleo de los sustantivos cosita rica y monita, por su parte, obedecen a la creencia del hombre de que tiene el derecho de nombrar a la mujer, atendiendo a sus rasgos físicos como el color de cabello, su color de piel, las formas de su cuerpo, entre otros.

Atendiendo los criterios de clasificación gramatical, los sustantivos encontrados en las treinta y ocho (38) frases analizadas que los utilizaron, se pueden clasificar de la siguiente forma:

No.	SUSTANTIVO	F	M	S	P	A	C	Pr	Cm	Cont	I	Ind	Col
1	Agua	x		x			x		x		x	x	

No.	SUSTANTIVO	F	M	S	P	A	C	Pr	Cm	Cont	I	Ind	Col
2	Aguinaldo		x	x			x		x	x		x	
3	Amor		x	x		x			x		x	x	
4	Año		x	x		x			x	x			x
5	Aumento		x	x		x			x		x	x	
6	Bestia	x		x			x		x	x		x	
7	Boca	x		x			x		x	x		x	
8	Brazos		x		x		x		x	x		x	
9	Calor		x	x		x			x		x	x	
10	Cara	x		x			x		x	x		x	
11	Corazón		x	x			x		x	x		x	
12	Cosita	x		x			x		x	x		x	
13	Cuota	x		x		x			x	x		x	
14	Cura	x		x		x			x		x	x	
15	Deditos		x		x		x		x	x		x	
16	Dolor		x	x		x			x		x	X	
17	Eliminatorias	x			x	x			x	x		x	
18	Entrega	x		x		x			x		x	x	
19	Falcao		x	x			x	x		x		x	
20	Hábeas corpus		x	x		x		x			x	x	
21	Hidratación	x		x			x		x		x	x	
22	Incómodo		x	x			x		x		x	x	
23	Inocentada	x		x			x		x		x	x	
24	Mamacita	x		x			x		x	x		x	
25	Mami	x		x			x		x	x		x	
26	Mamita	x		x			x		x	x		x	
27	Manos	x			x		x		x	x		x	
28	Mes		x	x		x			x	x			x
29	Monita	x		x			x		x	x		x	
30	Muelas	x			x		x		x	x		x	
31	Noche	x		x			x		x		x	x	
32	Paseo		x	x			x		x	x		x	
33	Planta	x		x			x		x	x		x	
34	Playa	x		x			x		x	x		x	
35	Primas	x			x		x		x	x		x	
36	Puente		x	x			x		x	x		x	
37	Puerta	x		x			x		x	x		x	
38	Red	x		x			x		x	x		x	
39	Requisa	x		x			x		x	x		x	
40	Senos		x		x		x		x	x			x
41	Señorita	x		x			x		x	x		x	

No.	SUSTANTIVO	F	M	S	P	A	C	Pr	Cm	Cont	I	Ind	Col
42	Tigre		x	x			x		x	x		x	
43	Triunfo		x	x		x			x	x		x	
44	Vaquerita	x		x			x		x	x		x	
45	Zika	x		x			x	x			x	x	
<b>Totales</b>		<b>27</b>	<b>18</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>33</b>	<b>3</b>	<b>42</b>	<b>32</b>	<b>13</b>	<b>42</b>	<b>3</b>

Convenciones:

F: Femenino

M: Masculino

S: Singular

P: Plural

A: Abstracto

C: Concreto

Pr: Propio

C: Común

Cont: Contable

I: Incontable

Ind: Individual

Col: Colectivo

Al revisar la tabla de clasificación se concluye que de los cuarenta y cinco (45) sustantivos encontrados, veintisiete (27) corresponden a sustantivos femeninos mientras que dieciocho (18) a sustantivos masculinos, lo cual se explica en que el mensaje de las frases va dirigido a la mujer de la imagen o la tiene como sujeto de la acción. Por tanto, para que exista concordancia los nombres utilizados en las frases deben estar en su mayoría en género femenino. Son ejemplos de sustantivos femeninos: Agua, bestia, boca, puerta, requisa, cara, cosita; son ejemplos de sustantivos masculinos: Aguinaldo, amor, brazos.

También se observa que treinta y ocho (38) de los sustantivos utilizados son singulares, mientras que sólo siete (7) son plurales, proporción que confirma que el mensaje de la frase va dirigido a una sola persona: La mujer. Son ejemplos de sustantivos singulares: Falcao, hábeas corpus, playa, planta; son ejemplos de sustantivos plurales: Primas, senos, muelas.

Llama la atención que a pesar de que la estructura de las frases analizadas está diseñada para incitar e insinuar una fantasía sexual, centrada en la mujer como objeto de

deseo, treinta y tres (33) de los sustantivos incluidos en éstas son concretos, es decir, hacen referencia a cosas o seres perceptibles por los sentidos, para reforzar en el lector la idea de que puede entrar en contacto con la mujer de la imagen e interactuar con los elementos que integran la escena. Son ejemplos de esta clase de sustantivos: Deditos, manos, tigre, vaquerita. Doce (12) de los sustantivos restantes son abstractos, en la medida que hacen referencia a ideas o situaciones que no se pueden percibir por los órganos de los sentidos, como por ejemplo: Amor, cuota, mes, triunfo.

De igual forma se observa que de los cuarenta y cinco (45) sustantivos utilizados en las frases analizadas, cuarenta y dos (42) corresponden a sustantivos comunes, tales como requisa, incómodo, agua, entre otros, mientras que los otros tres (3) corresponden a sustantivos propios, como por ejemplo: Falcao, Hábeas corpus, Zika. Esta proporción tiene su explicación en que el uso de sustantivos comunes favorece la creación de un escenario estándar sobre el cual el lector puede determinar o crear sus características y particularidades. Por ejemplo, en la frase ¡Déjame la puerta abierta esta noche!, el lector tiene la posibilidad de imaginar las características de la puerta, si es de roble, azul, blanca, tiene grabados, está ubicada en la alcoba, en el estudio o en la entrada de una cabaña, etc; así mismo puede determinar si la noche será de luna llena, con estrellas o sin ellas, en fin, con los elementos y características que el considere necesarios para la construcción de su fantasía centrada en la mujer que aparece en la imagen.

En cuanto a la clasificación de los sustantivos en contables e incontables, se encuentra que treinta y dos (32) de los nombres utilizados en la muestra corresponden a la primera categoría y trece (13) a la segunda. Son ejemplos de sustantivos contables:

Corazón, eliminatorias, playa, primas, puente, red; son ejemplos de sustantivos incontables: Zika, noche, cura.

Finalmente se observa que cuarenta y dos (42) de los sustantivos utilizados son individuales, mientras que únicamente tres (3) corresponden a sustantivos colectivos, proporción que encuentra su explicación en que el mensaje de las frases, en su mayoría tiene por referencia una sola mujer, está individualizado, por lo que no resulta necesario el uso de palabras que denoten la existencia de una colectividad. Las palabras señorita, boca, cara, bestia, son ejemplos de sustantivos individuales encontrados, mientras que año, mes y senos son ejemplos de sustantivos colectivos.

#### **7.1.5. Sub categoría acción sugerida**

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el vocablo acción se utiliza para designar el “efecto que causa un agente sobre algo”, así como “el resultado de hacer”. Esta subcategoría se refiere entonces a los movimientos y actividades que se insinúan en las frases de la muestra.

Las acciones sugeridas encontradas en el discurso se pueden agrupar teniendo como referencia el objeto o finalidad de la misma, así:

<b>Objeto de la acción</b>	<b>Frases</b>
----------------------------	---------------

Cuerpo de la mujer	¡Se me hace agua la boca! ¡Muéstrame lo que hay en tu corazón! ¡Permítame una requisa, señorita! ¡No necesitas más aumento! ¡Uff, con este calor es mejor estar así! ¡Qué hacemos con este calor! ¡Agárralas bien pa' que no se caigan! ¡Baja un poquito más esos deditos! ¡Levanta las manos, cosita rica! ¿Paso por ahí, mamacita? No te quedes de brazos cruzados
Riesgos	¡Atrévete, no seas miedosa! ¡Hazlo de una vez por todas! ¡Arriésgate, cosita rica! ¡Por qué lo piensas tanto! ¡Atrévete, no te vas a arrepentir! ¡No vamos a despertar a nadie!
Compañía	¡A tu lado no tendría tanto calor! ¡Vamos a celebrar ese triunfo! ¡Vente de paseo conmigo, monita! ¡Así no te dejo salir ni con hábeas corpus! ¡El otro puente festivo lo paso contigo!
Entrega	¡Este mes y todo el año es para ti, mi amor! ¡Con tu entrega me derrito! Tú lo que quieres es que te coma el tigre ...
Movimiento	¡Siéntate aquí, mi amor! ¡Voltea y te sorprenderás! ¡Ahí es un poco incómodo! ¡Ven y te quito ese aburrimiento, mami! ¿Y ahora quién te limpia, mamita? ¿Te quieres despelucar? ¡Ya puedes salir a buscarme! ¡Ensilla la bestia, vaquerita! ¡Ya casi llegan las primas! ¡Espérame que yo te caigo!



Provocación/Sedución	¡Cómo te encanta el verde! ¡Atrápame en tu red, mamacita! ¡Tengo la cura pa' ese dolor de muelas! Deseas que el tigre Falcao la meta ¡Así puedes perder hasta las eliminatorias! No te burles de los que se ahogaron, mami ¿Así te vas para la playa? ¡Esa planta necesita hidratación! ¡Ni te imaginas lo que pasará! ¡Déjame la puerta abierta esta noche! ¡Con esa cara me lo dices todo! ¡Me embrujas... y aún no es 31! ¡Cuidado te pica el zika! ¡La cuota inicial del aguinaldo! ¡No será una inocentada, monita!
----------------------	--

Del análisis del cuadro anterior se puede afirmar que quince (15) de las frases de la muestra sugieren acciones relacionadas con la seducción y la provocación, once (11) sugieren acciones relacionadas con el cuerpo, mientras que diez (10) con la ejecución de un movimiento. Así mismo, se encuentra que seis (6) frases de la muestra sugieren acciones relacionadas con la asunción de riesgos, cinco (5) con la compañía y sólo tres (3) con la entrega.

#### 7.1.6. Sub categoría Uso metafórico

Cuarenta (40) de las cincuenta (50) frases que componen la muestra objeto de estudio, utilizan esta figura:

No.	Frase	Interpretación de la metáfora
1	¡Se me hace agua la boca!	La mujer se ubica como un inmenso manjar que se

		quiere disfrutar y comer sexualmente.
2	¡Muéstrame lo que hay en tu corazón!	El hombre le pide a la mujer que le muestre los senos, lugar en donde está ubicado el corazón.
3	¡Siéntate aquí, mi amor!	El hombre desea que la mujer se siente en sus piernas.
4	¡Permítame una requisa, señorita!	El hombre desea tocar todas las partes íntimas de la mujer.
5	¡No necesitas más aumento!	El cuerpo de la mujer, al ser voluptuoso, cumple con las características de su objeto de deseo.
6	¡Este mes y todo el año es para ti, mi amor!	Significa que durante todo el año se tendrán encuentros sexuales y experiencias íntimas con la mujer.
7	¡Con tu entrega me derrito!	La mujer al entregar su cuerpo, va a generar un inmenso placer en el hombre, como se derrite la cera de una vela ante el calor.
8	¡A tu lado no tendría tanto calor!	El cuerpo de la mujer es usado como elemento de refugio y confort.
9	¡Uff, con este calor es mejor estar así!	El mejor estado de la mujer es estar desnuda.
10	¡Atrápame en tu red, mamacita!	El hombre se entrega a los placeres de la mujer y se deja atrapar por sus encantos.
11	Tú lo que quieres es que te coma el tigre ...	La mujer está expuesta y el mensaje que le atribuye el hombre a dicha situación, es que ella está

		esperando un encuentro sexual con un hombre fuerte y dominante.
12	Deseas que el tigre Falcao la meta	La mujer, desde su posición corporal, erotizada, crea en el hombre la percepción que está esperando un encuentro sexual, con el tigre Falcao, un jugador de fútbol.
13	¡Así puedes perder hasta las eliminatorias!	La mujer en estas condiciones de perder las eliminatorias se traduce en tener relaciones íntimas por la forma en la que está expuesta en las imágenes.
14	¡Vamos a celebrar ese triunfo!	El hombre tendrá como trofeo un encuentro sexual y en eso consistirá el éxito de su acción.
15	No te burles de los que se ahogaron, mami	La mujer debe dejar de mofarse de las personas que no ganaron en las elecciones populares.
16	¡Ven y te quito ese aburrimiento, mami!	El hombre invita a cambiar su estado de ánimo mediante un encuentro sexual.
17	¿Y ahora quién te limpia, mamita?	El hombre manoseará a la mujer como pretexto de limpiarla.
18	¡Agárralas bien pa' que no se caigan!	El hombre hace referencia a los senos de la mujer para que no queden al descubierto.
19	¡Vente de paseo conmigo, monita!	El hombre invita a la mujer a un encuentro íntimo y el pretexto es un viaje.
20	¡Hazlo de una vez por todas!	La mujer tiene como única opción es tener un

		encuentro sexual.
21	¿Te quieres despelucar?	El hombre invita a la mujer a tener un encuentro de baile, comida y sexo.
22	¡Ya puedes salir a buscarme!	Es un juego que propone el hombre que tiene como finalidad el sexo.
23	¿Así te vas para la playa?	El hombre da entender que la mujer en la forma como esta vestida es un deleite para tener una relación coital.
24	¡Arriésgate, cosita rica!	El hombre invita a la mujer a dejarlo todo por un amor o un momento de pasión sin medidas.
25	¡Ensilla la bestia, vaquerita!	El hombre personifica un animal y la mujer se entrega a los placeres de forma salvaje.
26	¡Así no te dejo salir ni con hábeas corpus!	El hombre recurre a herramientas legales para hacer su voluntad y ser dominante ante la mujer.
27	¡Esa planta necesita hidratación!	La planta es el cuerpo de la mujer y la hidratación es la accione que realiza el hombre en un encuentro sexual.
28	¡Ya casi llegan las primas!	El hombre tendrá doble satisfacción con dos mujeres.
29	¡Por qué lo piensas tanto!	El hombre cuestiona y trata de afectar la capacidad de decisión de la mujer para tener sexo.
30	¡Déjame la puerta abierta esta noche!	El hombre prepara el terreno y el momento para tener sexo.

31	¡Con esa cara me lo dices todo!	La expresión de la mujer significa que debe estar dispuesta para tener relaciones.
32	¡Atrévete, no te vas a arrepentir!	Es un reto que se le envía a la mujer para filtrar y pasarla bien en un ambiente íntimo.
33	¡Levanta las manos, cosita rica!	El termino cosita rica y pedirle que levante las manos significa que el hombre quiere ver y desear todo el cuerpo de la mujer.
34	¿Paso por ahí, mamacita?	La pregunta significa que el hombre puede pasar por las partes íntimas inferiores de mujer.
35	No te quedes de brazos cruzados	El hombre le pide acción a la mujer en un posible encuentro sexual.
36	¡Me embrujas ... y aún no es 31!	Le otorga poderes de sensualidad y seducción a la mujer.
37	¡Cuidado te pica el zika!	Es una metáfora donde el aguijón del mosquito es su miembro viril (Pene) para penetrarla.
38	¡Espérame que yo te caigo!	Frase que denota ya llego para que tengamos un encuentro a solas.
39	¡La cuota inicial del aguinaldo!	El cuerpo de la mujer es el objeto deseado para el preámbulo al sexo.
40	¡No será una inocentada, monita	Juego de palabras para provocar un encuentro íntimo y de placer con la mujer.

### **7.1.7. Sub categoría Direccionamiento del mensaje**

En la estructura gramatical de las cincuenta (50) frases analizadas se observa como rasgo común, el uso de la tercera persona singular, toda vez que el mensaje está dirigido a las mujeres que aparecen en las imágenes, en posiciones insinuantes, erotizadas, para despertar los bajos instintos de su receptor.

La tercera persona gramatical se utiliza cuando la acción descrita es realizada por una persona distinta del hablante o el oyente. Su uso en las frases analizadas tiene como efecto generar una interacción entre el personaje de las imágenes y el lector, a quién se le genera la sensación de poder interactuar con ellas, se le incita a iniciar una conversación.

Por ejemplo, en la frase “¡Ven y te quito ese aburrimiento, mami!”, el mensaje está direccionado hacia la mujer, generando en el lector la sensación de que él, como hombre, desde su posición dominante, es el llamado a quitar el aburrimiento de la modelo a través de la actividad sexual.

“¡Así no te dejo salir ni con hábeas corpus!”, “¿Paso por ahí, mamacita?”, “¡Espérame que yo te caigo!”, también son ejemplos de frases que buscan generar en su receptor, o sea, el hombre, la sensación de que puede entrar en interacción con la mujer.

## **7.2. Categoría Lenguaje Corporal**

En esta categoría se analizará el mensaje transmitido por las mujeres de las imágenes seleccionadas a través de las posturas, poses y gestos que realizaron con sus cuerpos.

#### **7.2.1. Subcategoría Símbolo kinésico de pureza/impureza**

En esta primera subcategoría se analizarán las posiciones y movimientos corporales de las mujeres, como elementos del lenguaje no verbal encontrado en las imágenes de la muestra, que por su contenido erótico denotan impureza y provocación.

El símbolo kinésico predominante en la muestra es la aparición de la mujer de espaldas, en quince (15) imágenes. Esta postura corporal, con otros elementos tales como la cola levantada y las piernas abiertas en señal de provocación, acompaña frases como: ¡No necesitas más aumento!, ¡Con tu entrega me derrito!, ¡Se me hace agua la boca! y ¡Permítame una requisa, señorita!

El segundo símbolo kinésico predominante en el análisis fue la aparición de la mujer con piernas cerradas en catorce (14) imágenes. Los siguientes son ejemplos de frases que acompañan esta postura corporal: ¡Atrévete, no te vas a arrepentir!, ¡Me embrujas ... y aún no es 31!, ¿Y ahora quién te limpia, mamita?, ¡Espérame que yo te caigo!

La postura corporal de rodillas en nueve (9) imágenes, constituye el tercer símbolo kinésico más encontrado. Aparece acompañado de frases tales como: ¡Cómo te encanta el verde!, Tú lo que quieres es que te coma el tigre ..., ¡Con esa cara me lo dices todo!, ¡Ven y te quito ese aburrimiento, mami!.

En cuarto lugar aparece la postura corporal de perfil en seis (6) imágenes. “¡Atrévete, no seas miedosa!”, “¡Qué hacemos con este calor!” y “¡Este mes y todo el año es para ti, mi amor!” son ejemplos de frases que se asocian con esta simbología.

Se hallaron otros símbolos kinésicos como: De frente, con las piernas abiertas, con las piernas cruzadas, recostada, agachada, con el cuerpo inclinado, que aparecen una sola vez, en las seis (6) imágenes restantes de la muestra.

#### **7.2.2. Sub categoría Exposición del cuerpo (desnuda, semidesnuda, vestida)**

En cuanto a la exposición del cuerpo el rasgo predominante es la mujer semidesnuda, característica que aparece en cuarenta y cuatro (44) de las cincuenta (50) imágenes analizadas en la matriz. Las otras seis (6) corresponden a mujeres desnudas.

#### **7.2.3. Sub categoría Objeto en mano**

Sostener algo en las manos es un elemento fundamental en la construcción de imágenes que tienen por objeto seducir, provocar. En las imágenes objeto de estudio el cabello es el objeto que más mujeres sostuvieron en sus manos, con seis (6) apariciones. Le siguen los senos con cuatro (4) apariciones y el hilo dental con tres (3). Llama la atención que a pesar de la importancia de las manos en el lenguaje no verbal, se encontraron doce (12) imágenes, en las que las mujeres no las utilizaron como elemento de erotismo.



En las veinticinco (25) imágenes restantes, las mujeres sostuvieron distintos elementos, que podemos agrupar bajo el criterio de si corresponden a un agente externo o a alguna parte del cuerpo de la mujer, así:

<b>Agentes externos</b>		<b>Cuerpo de la mujer</b>	
Bola	Liguero	Brazo	Senos
Brasier	Pared	Cabeza	Vulva
Cachetero	Silla	Cadera	
Coco	Tanga	Cara	
Collar	Tubo	Cuello	
Cortina	Vaso y galleta	Flequillo	
Hilo dental	Ventana	Mentón	
Jean		Piernas	

Del análisis de la agrupación realizada se observa que en quince (15) imágenes la mujer estuvo en contacto con agentes externos, mientras que en las otras diez (10) aparecen tocando alguna parte de su propio cuerpo. También se observa que dentro de la primera clasificación, siete (7) elementos corresponden a prendas de vestir y/o accesorios, mientras que los ocho (8) restantes son componentes del espacio en que fue captada la imagen.

#### **7.2.4. Sub categoría símbolo oculésico (mira directamente, mira de reojo, no mira)**

El rasgo predominante en la muestra es que las mujeres no miran al receptor, sino que el mensaje lo transmite el resto de su cuerpo. Esta situación se detectó en veintidós (22) imágenes.

En contraste con lo anterior, se encontraron veintiún (21) imágenes en las que la mujer mira directamente, lo que le imprime mayor fuerza al mensaje de la frase, ya que a través de los ojos se invita al lector a ejecutar la acción sugerida o a iniciar la interacción con ella.

En las siete (7) imágenes restantes, aparece la mirada de reojo, pero no como signo de desconfianza o desprecio, sino como de insinuación.

### **7.3. Categoría Ubicación espacial**

El concepto de ubicación espacial se refiere a la capacidad de orientación del propio cuerpo en cuanto al mundo, saber dónde está y donde está lo que le rodea, a partir del uso de categorías tales como arriba/abajo, dentro/fuera, delante/detrás, cerca/lejos, entre otros. Es por ello que en esta categoría se analizará la ubicación del cuerpo de las mujeres de las imágenes, en un espacio determinado, para lograr el efecto pretendido por la prensa popular de acaparar la atención del lector por medio del erotismo que aporta esta variable.

#### **7.3.1. Sub categoría Interior/exterior**

Cuarenta y cuatro (44) de las cincuenta (50) imágenes analizadas en la muestra fueron tomadas en interiores, mientras que sólo seis (6) fueron capturadas en un espacio exterior. Ello obedece a que en un espacio interior, más íntimo, cerrado, donde el fotógrafo tiene mayor control sobre la iluminación y los elementos que desea incorporar a la imagen, se conjugan con más facilidad las herramientas requeridas para que la mujer pueda generar la sensación de erotismo y mostrarse como objeto de deseo para el hombre. Además de que el espacio proporciona elementos para la construcción de las frases que acompañan las imágenes y así generar la sugestión en el lector.

### **7.3.2. Sub categoría Ubicación**

La ubicación más utilizada fue el estudio fotográfico, que fue la locación de treinta y dos (32) imágenes. En un estudio fotográfico es más fácil manipular la imagen, ya que al no existir exposición al público, se genera una mayor libertad de acción para la persona que está siendo fotografiada y para el fotógrafo que puede pedir una determinada posición del cuerpo o expresión facial.

La segunda ubicación más utilizada fue la alcoba con seis (6) apariciones y la tercera es la sala con cuatro (4), reforzando con ello la observación de que los espacios más utilizados fueron interiores por la intimidad, privacidad y libertad que proporcionan.

En cuanto a los espacios exteriores, el más utilizado fue la playa con dos (2) apariciones. Los siguientes son ejemplos de frases que incluyen elementos relacionados con

el espacio en que fue fotografiada la mujer: “¿Así te vas para la playa?”, “¡Déjame la puerta abierta esta noche!”, “¡No vamos a despertar a nadie!”, “¡Siéntate aquí, mi amor!”.

#### **7.4. Categoría Estética Corporal**

##### **7.4.1. Sub categoría Tez**

La tez predominante que se observa en la muestra analizada es la blanca, que corresponde a veintinueve (29) mujeres. En segundo lugar, se encuentra la tez trigueña con veinte (20) y en último lugar la morena con sólo una (1) mujer. Lo anterior evidencia entonces que el color de piel más mostrado corresponde a rasgos europeos, mientras que la inclusión de la mujer con tez de color morena, más común en la sociedad latinoamericana, es mínima en la construcción del estereotipo de mujer deseada.

##### **7.4.2. Sub categoría Cabello**

En cuanto a las características del cabello de las mujeres que aparecen en la muestra, los rasgos predominantes fueron cabello castaño suelto con diecinueve (19) apariciones, seguido del cabello negro suelto que se observó en trece (13) mujeres. En un tercer lugar se encuentra el cabello rubio suelto con tres (3) apariciones, seguido del cabello castaño recogido y el cabello negro recogido con dos (2) apariciones cada uno.

##### **7.4.3. Sub categoría Ropa interior**

El tipo de ropa interior predominante en las imágenes objeto de estudio fue el hilo dental con veinticinco (25) apariciones. En segundo lugar se encuentran el cachetero y la ausencia de ropa interior con seis (6) mujeres cada uno. La tanga aparece en una tercera posición con cinco (5) imágenes, seguida del bikini con tres (3) apariciones y el baby doll con dos (2).

#### **7.4.4. Sub categoría Color**

El color de ropa interior más utilizado por las mujeres que aparecen en las imágenes analizadas es el negro con diecinueve (19) apariciones. El segundo lugar corresponde al color rojo que aparece en seis (6) imágenes, mientras que el tigrillo y el azul índigo comparten el tercero lugar con tres (3) apariciones cada uno. Otros colores encontrados en la muestra son los siguientes: Azul celeste, blanco, morado, naranja, piel, rosado, verde aguamarina.

#### **7.4.5. Sub categoría Forma corpórea (voluptuosa/ligera)**

La forma corpórea predominante es la ligera que aparece en treinta y dos (32) imágenes, mientras que la participación de mujeres voluptuosas se reduce a dieciocho (18) imágenes.

## 8. DISCUSIÓN

El uso de lenguaje erotizado y la publicación de imágenes de mujeres desnudas y semidesnudas en las páginas centrales del periódico Al Día de la ciudad de Barranquilla, durante el año 2015, son conductas de violencia simbólica ejercida hacia las mujeres en los medios de comunicación. En la implementación de esta estrategia para brindar entretenimiento y atraer al lector, se conjugan componentes del lenguaje verbal y corporal, de la ubicación espacial y de la estética corporal, que refuerzan la codificación implícita en la sociedad, que acepta la dominación masculina como un estado natural.

El inconsciente androcéntrico, el código de comunicación implícito, las categorías de entendimiento o sistema de oposiciones homólogas, el orden social, la virilidad, la seducción, el cuerpo y el poder hipnótico (Bourdieu, 2000), son elementos de violencia simbólica que se encuentran en el discurso analizado.

El uso del verbo transitivo, como dominante, en veintisiete (27) de las cincuenta (50) frases analizadas, ratifica la concepción de que el hombre es el centro del universo (inconsciente androcéntrico) y tiene una posición de superioridad, pues la acción necesita de un complemento directo, que implica a la mujer, su cuerpo y/o los elementos que la acompañan. Es de anotar que su incorporación en el discurso no se realiza con el propósito de generar minusvalía en la mujer, sino que la sociedad ya está tan permeada por este código de comunicación implícito que se acepta como natural.

El uso de los verbos ser/estar en seis (6) frases propician la acción de las categorías de entendimiento, en la medida que le atribuyen cualidades a la mujer y dejan el opuesto para el hombre. Así por ejemplo, en la frase “¡Atrévete, no seas miedosa!”, se determina la categoría miedosa para la mujer y el opuesto que es valiente se le atribuye al hombre.

Por su parte, el uso del tiempo presente, en sus distintas modalidades, en cuarenta y nueve (49) frases, cumple la función de mantener vigente la concepción de que el hombre, como centro de la existencia, puede acceder a la mujer en cualquier momento. Esto hace parte del poder hipnótico, de la relación inconsciente entre el lector como dominante y de la modelo como dominada.

En cuanto al modo verbal, se encuentra que el empleo del indicativo en veintiocho (28) oraciones, describe el mundo real, en el que el rol dominante del hombre se acepta como natural, efecto de la presencia del inconsciente androcéntrico. El uso del modo imperativo en veinte (20) frases evidencia la presencia del orden social, como elemento silencioso de la violencia simbólica, en la medida que dentro de éste aún existen rezagos de la concepción de que la mujer debe obedecer al hombre, en todas sus órdenes.

Los tipos de sustantivos más utilizados en el lenguaje del discurso, es decir, femeninos, singulares, comunes, concretos, contables e individuales, refuerzan el concepto de virilidad al determinar como único referente a la mujer, como un objeto erotizado y al hombre como creador de escenarios que muestran como normal que las féminas sean sometidas a su voluntad. De igual forma, representan el elemento del código de

comunicación implícito porque incluyen expresiones que son utilizadas como símbolos sexuales aceptados socialmente.

La presencia del inconsciente androcéntrico en el discurso de las frases que acompañan las imágenes de la muestra, también se evidencia en la sugestión de acciones relacionadas con el movimiento de la mujer hacia un lugar o posición determinada por el hombre, así como con el uso del lenguaje metafórico y el direccionamiento del mensaje implícito hacia la mujer. Esta es vista como la receptora de los deseos y provocaciones del hombre, que una vez más aparece como eje central de la estructura comunicacional.

Desde la perspectiva del lenguaje corporal, el inconsciente androcéntrico como elemento de violencia simbólica aparece en la subcategoría de exposición del cuerpo, con cuarenta y cuatro (44) mujeres semidesnudas, lo que refuerza la idea de que la mujer, como objeto sexual, queda a la merced del hombre, quien se encargará de despojarla de sus prendas de vestir para el encuentro sexual.

La visualización del cuerpo de la mujer, desnuda o semidesnuda, en determinadas posiciones corporales (kinésica), aparece como otro elemento de violencia simbólica. En las imágenes revisadas, la mujer no se visualiza como una figura de autoridad. Se recurre a la seducción, como un punto de acción, que acentúa dicha dominación siendo esta aceptada como una condición de sumisión de las mujeres.

La seducción como elemento de violencia simbólica se vislumbra nuevamente en las subcategorías objeto en mano y símbolo oculésico. En treinta y ocho (38) de las



cincuenta (50) imágenes las mujeres sostuvieron un elemento en la mano, en señal de provocación, del reconocimiento del código socialmente aceptado de ser dominadas por un hombre. Con este mismo propósito las mujeres aparecen con una mirada directa en veintiún (21) imágenes y en veintidós (22) imágenes no miran al receptor, generando con ello una relación inconsciente de dominación.

El orden social aparece nuevamente en la categoría de la ubicación espacial, teniendo en cuenta que en cuarenta y cuatro (44) de las imágenes de la muestra, la toma fotográfica se realizó en interiores, lugar que ha sido asignado a la mujer a lo largo de la historia, en contraposición a la categoría de exterior reservada para el hombre.

Conjugando las subcategorías de estética corporal revisadas, el estereotipo de mujer objeto de deseo encontrada en la muestra corresponde a una fémina de tez blanca, con cabello castaño suelto, que use un hilo dental negro y de forma corpórea ligera. El mensaje que se transmite a la mujer es que debe ajustarse a estas categorías para ser deseada y aceptada por el hombre, que una vez las cumpla se verá seductora y podrá tener una mayor posición en el orden social. Así las cosas, la mujer termina siendo dominada con un canon de belleza desligado de su contexto histórico, biológico y cultural. Este tipo de representaciones instrumentalizan a las mujeres como resultado de la extensión de la dominación masculina y perpetúan el paradigma de la mujer como objeto de deseo y consumo.

## 9. CONCLUSIONES

A través de esta investigación se logró evidenciar que el uso de lenguaje erotizado y la publicación de imágenes de mujeres desnudas o semidesnudas son conductas de violencia simbólica. La verbalización, el lenguaje corporal, la ubicación de las imágenes y la estética corporal de las modelos, en conjunto, fortalecen los códigos de referencia implícitos en el orden social, según el cual el hombre tiene un rol preponderante y dominante sobre la mujer, quien debe obedecerle y ajustarse a los parámetros de belleza que este considere.

Este tipo de representaciones instrumentalizan a las mujeres como resultado de la extensión de la dominación masculina. La mujer se muestra como un objeto de deseo, que debe asumir determinadas posturas corporales para seducir al hombre y acatar sus órdenes para satisfacer sus necesidades sexuales. A lo anterior se suma que la mujer debe adaptarse a ciertas categorías determinadas por el mismo hombre y la sociedad en general para ser aceptada y calificada como atractiva, quedando reducida entonces al rol de instrumento de satisfacción sexual y social.

Cuando la prensa popular utiliza un lenguaje erotizado para acompañar la publicación de imágenes de mujeres desnudas o semidesnudas, está acudiendo a una forma de comunicación anormal, insólita e impactante (Luhmann, 2007), que alimenta la construcción de la realidad con el código de la dominación por parte del hombre y la sumisión de la mujer. Se utiliza a la mujer como una herramienta de morbo, básicamente con fines de atraer mayor número de lectores y la consecuente rentabilidad económica (De

Fleur & Ball- Rockeach, 1982), contribuyendo al mismo tiempo al menoscabo de sus derechos, al reforzar la ideología que la mujer sólo es una cosa, un objeto sexual, el sexo débil.

Los niveles de violencia simbólica que se generan sobre la mujer con este tipo de práctica son altos debido a que se acude tanto al lenguaje verbal, como al corporal y simbólico para mostrarle las categorías a las que debe ajustarse para ser valorada, sexual y socialmente. Para reducir estos niveles la recomendación sería que la prensa popular explorara otras herramientas de entretenimiento, atractivas para los lectores, que no implique el uso de la mujer como objeto sexual. Si bien es cierto que esta variación no determinará la modificación del código de dominación inmerso en la estructura social, si eliminará una fuente de violencia simbólica sobre la mujer.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

Alemany, B. C. (2013). *La comunicación humana: una ventana abierta*. Bilbao: Desclée de Brouwer. Recuperado el 24 de julio de 2016 de: <http://www.ebrary.com>

Araya, Eric (2013). *Abecé de la redacción*. España: Océano.

Batailles, George (2007). *El erotismo*. Barcelona: Tusquets Editores.

Bermeosolo, F. (1969). *Los orígenes del Periodismo Sensacionalista*. Madrid: Rialp

Bird S. E.: “*Audience demands in a murderous market: Tabloidization in the U.S. Television news*” en Sparks C. y Tulloch J. (Eds.): *Tabloid tales: Global debates over media standards*, Lanham, Rowman and Littlefield Publishers (2000), pp. 213-228.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Campbell, J. (2001). *Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies*. Westport: Praeger.

Cohen, D. (2000). *Yellow Journalism: Scandal, Sensationalism and Gossip in the Media*. Brookfield: Twenty-First Century Books.

Constitución Política de Colombia (1991).

De Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*, vol. I. Los hechos y los mitos. México: Alianza.

De Fleur, M. L., Dennis, E. E., Thevenet, H. A., & Ball-Rokeach, S. J. (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

De la Cueva, O., González Mafud, A. & otros (2009). *Manual de Gramática española. Tomo II*. La Habana, CU: Félix Varela. Recuperado de ProQuest ebrary el 15 de julio de 2016.

Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. España: Lumen.

Engels, F. (s.f.). *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. Recuperado el 23 de junio de 2016 de <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1880s/origen/cap2.htm>

Esparcia, A. C. (2011). Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, medios de comunicación y sociedad. *Razón y palabra*, (75), 10.

Estupiñán, F. (2000). El sentido crítico y los medios de comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social* (30). Recuperado el 24 de junio de 2016 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/98receptor.htm>

Fernández Díaz, N. (2003). *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Barcelona: Anthropos.

Ford, A., Rivera, J.B. & Romano, E. (1987). *Medios de Comunicación y Cultura Popular*. Buenos Aires: Editorial Legasa.

Friedan, B. (1963). *The feminist mystique*. Londres: Pengiun.

Garcés, M. (1997). *Las formas verbales en español. Valores y usos*. Madrid: Verbum.

García, S., Meilán, A. & Martínez, H. (2004). *Construir bien el español. La forma de las palabras*. Asturias: Ediciones Nobel.

Gili, S. (1985). *Curso superior de sintaxis española*. Barcelona: Bibliograf.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.

Kierkegaard, Soren (1976). *In Vino Veritas: La Repetición*. Madrid: Ediciones Guadarrama.

Ley 1257 de 2008. *Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones.* Diario oficial No. 47193 de diciembre 4 de 2008. Congreso de la República de Colombia.

Ley 1761 de 2015. *Por la cual se crea el tipo penal de feminicidio como delito autónomo y se dictan otras disposiciones (Rosa Elvira Cely).* Diario Oficial No. 49.565 de 6 de julio de 2015. Congreso de la República de Colombia.

López Díez, P. (2002). La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. *I Foro Nacional “Mujer, violencia y medios de comunicación”, Instituto de la Mujer e Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE), Madrid.*

López Peralta, E. (2012). *El erotismo infinito.* Bogotá: Random House.

Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas.* México D.F.: Universidad Iberoamericana.

Luna, L. (2004). *El sujeto sufragista, feminismo y feminidad en Colombia 1930-1957.* Colombia: La Manzana de la Discordia.

Martínez, A (2014). *Aportaciones de Niklas Luhmann a la comprensión de la sociedad moderna*. Bogotá: Universidad del Norte,.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gii.

McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Milton, Joyce (1989). *The Yellow Kids: Foreign. Correspondents in the Heyday of Yellow Journalism*. Nueva York: Harper and Row.

Montero, M. (2006). *Transitividad e intransitividad. Los complementos verbales. El complemento directo*. Biblioteca de Recursos Electrónicos de Humanidades E-excelence. Recuperado el 7 de julio de 2016 en: <http://www.liceus.com/>

Olson. R. (s.f.) “*R.F. Outcault, The Father of the American Sunday Comics, and The Truth About the Creation of the Yellow Kid*”. Recuperado el 20 de junio de 2016 en: <http://www.neponset.com/yellowkid/history.htm>.

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (1999). *Protocolo facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. Recuperado el 8 de junio de 2016 de: <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/OPCEDAW.aspx>



Organización Mundial de las Naciones Unidas. *Conferencias mundiales sobre la mujer*. Recuperado el 7 de junio de 2016 de: <http://www.unwomen.org/es/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women#sthash.2um2PJvz.dpuf>

Organización Mundial de las Naciones Unidas (1979). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. Recuperado el 7 de junio de 2016: <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

Organización Mundial de las Naciones Unidas (1993). *Declaración y programa de Acción de Viena*. Recuperado el 7 de junio de 2016 de: [http://www.ohchr.org/Documents/Events/OHCHR20/VDPA\\_booklet\\_Spanish.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Events/OHCHR20/VDPA_booklet_Spanish.pdf)

Padilla, E. (2003). *Lengua española*. México D.F.: Pearson Education.

Pizarroso, A. (1994). *Corazones de papel: Sensacionalismo y prensa del corazón en España*. Barcelona: Planeta.

Porta, L. & Silva, M. (2003). *La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa*. Argentina : Universidad Nacional de Mar del Plata.

Poyatos, Fernando (1970). *Paralingüística y kinésica para una teoría del sistema comunicativo en el hablante español*. Actas del Tercer Congreso Internacional de

Hispanistas. Recuperado el 3 de julio 2016 de  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1221471>

Real Academia de la Lengua Española. *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Recuperado el 21 de julio de 2016 de: <http://dle.rae.es/>

Redondo García, M. (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. Tesis doctoral. España: Universidad de Valladolid.

Serret, E. & Méndez Mercado, J. *Sexo, género y feminismo*. Vol. 1. Recuperado el 15 de junio de 2016 de <http://justiciaygenero.org.mx/publicaciones/serret-e-mendez-m-j-2011-sexo-genero-y-feminismo-vol-1/>

Schudson, M. (1978). *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. Nueva York: Basic Books.

Sohr, R. (1998). *Historia y poder de la prensa*. Barcelona: Andrés Bello.

Sparks, C. & Tulloch, J. (2000). *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Maryland: Rowman and Littlefield.

Spencer, David R. (2007). *The Yellow Journalism: The Press and America's Emergence as a World Power*. Evanston: Northwestern University Press.

Sunkel, G. (2002). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Colombia: Norma.

Taracena, S. (2013). Adquisición de las construcciones con el verbo hacer, enfoque plurilingüe. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de las Lenguas*, (13), 38.

Torrico Villanueva, E. (s.f.). *El sensacionalismo: Algunos elementos para su comprensión y análisis*. Recuperado el 2 de junio de 2016 de Sala de Prensa: <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Uría P., Pineda E. y Oliván, M. (1985). *Polémicas femeninas*. Madrid: Revolución.

Uribe De Acosta, O (1963). *Una voz insurgente*. Bogotá: Guadalupe.

Vallejo, M. (2006). *A Plomo Herido. Una crónica del periodismo en Colombia (1890-1980)*. Bogotá: Editorial Planeta.

## 11. ANEXOS

12. Edición # 2754



Edición # 2764



13.

Edición # 2766



Edición # 2767



Edición # 2801



Edición # 2802



Edición # 2807



Edición # 2810



Edición # 2820



Edición # 2823



Edición # 2834



Edición # 2842





Edición # 2849



Edición # 2857



Edición # 2865



Edición # 2875



A woman with long dark hair, wearing a black bikini, is posing on a sandy beach. She is looking over her shoulder with a smile, her hands raised behind her head. The background shows a calm sea and a clear sky. On the right side of the image, there is a vertical blue banner with the Aldia logo at the top and the text '¡A TU LADO NO TEMDRÁ NUNCA CALOR!' in white capital letters.

ALDI

EL OTRO PUENTE FESTIVO LO PASO CONTIGO?



Edición # 2905



Edición # 2913



Edición # 2921



Edición # 2927



Edición # 2931



Edición # 2933



Edición # 2938



Edición # 2945



Edición # 2953



Edición # 2961



Edición # 2969



Edición # 2977





Edición # 2987



Edición # 2994



Edición # 3001



Edición # 3009



Edición # 3017



Edición # 3025



Edición # 3031



Edición # 3036



Edición # 3040



Edición # 3050



Edición # 3057



Edición # 3065





Edición # 3076



Edición # 3081



Edición # 3089



Edición # 3096



Edición # 3106



Edición # 3112

